

Ano Académico: 2025/2026	Pós-graduação Turismo Cultural		
Identificação da unidade curricular (UC)			
Nome:	Turismo, indústrias criativas e desenvolvimento local		
Código (se aplicável):		ECTS:	5
Departamento (se aplicável):			
Área Científica da UC	Turismo e Lazer	Ano Curricular	2025-2026
Total de Horas de Trabalho:	140	Total de Horas de Contacto:	24
Identificação do docente			
Nome:	Fernando Completo João Reis Rúben Feijão		
Correio Eletrónico:	fernando.completo@eshte.pt joao.reis@eshte.pt ruben.feijao@eshte.pt	Horário de atendimento:	A combinar com os/as estudantes.
Dados da UC	Português	Inglês	
Objetivos de Aprendizagem (Learning Outcomes of the curricular unit)	• Dominar os conceitos de territórios criativos, inovação e indústrias criativas. • Refletir e analisar qual o papel e a importância do turismo no processo de desenvolvimento das iniciativas criativas locais e a sua importância para o desenvolvimento económico dos territórios. • Perceber as dinâmicas criativas que promovem as relações entre turismo, arte e cultura.	• Master the concepts of creative territories, innovation, and creative industries. • Reflect and analyse the role and importance of tourism in the development process of local creative initiatives and its significance for the economic development of regions. • Understand the creative dynamics that foster relationships between tourism, art, and culture.	

	• Analisar a importância da economia das Indústrias criativas para a transformação dos territórios. • Interpretar o turismo cultural como um instrumento de inovação territorial. • Conceber metodologias para a criação de produtos turísticos criativos. • Refletir sobre as Tendências e Desafios do Turismo Criativo.	• Analyse the importance of the creative industries economy in transforming regions. • Interpret cultural tourism as a tool for territorial innovation. • Design methodologies for creating creative tourism products. • Reflect on the trends and challenges of creative tourism.
Conteúdos programáticos (Syllabus)	a) Conceitos de territórios criativos, Inovação e indústrias criativas (IC) b) Turismo e estratégias para a criatividade e inovação territorial • Turismo e inovação – Estratégias para a afirmação da criatividade territorial • Relação entre dinâmicas criativas: turismo, arte e cultura – Da arte popular à Cultura virtual • Das indústrias tradicionais às indústrias culturais: Transformação de perfil, imagem e identidades locais: novas museologias • Estudos de caso nacionais e internacionais c) A economia das Indústrias criativas e a transformação dos territórios • Conceitos e novas dimensões das indústrias criativas, museus alternativos e economia cultural e dinâmicas culturais de base local • Criatividade e regeneração territorial: Os novos programadores culturais • Capital cultural: Imagens, valores, públicos e consumos das indústrias criativas	a) Concepts of Creative Territories, Innovation, and Creative Industries (CI) b) Tourism and Strategies for Innovation and Territorial Creativity • Tourism and Innovation – Strategies for Affirming Territorial Creativity • Relationship Between Creative Dynamics: Tourism, Art, and Culture – From Folk Art to Virtual Culture • From traditional industries to cultural industries: Transformation of local profiles, images, and identities: new museologies. • National and International Case Studies c) The Economy of Creative Industries and the Transformation of Territories • Concepts and New Dimensions of Creative Industries, Alternative Museums, Cultural Economy, and Local Cultural Dynamics • Creativity and Territorial Regeneration: The New Cultural Programmers

	• A arte e a cultura: novas tendências de requalificação urbana e de valorização do património • Modelos de desenvolvimento territorial baseados na economia criativa • O papel da digitalização e das plataformas colaborativas • A rede de Cidades Criativas da UNESCO e estudos de caso d) O Turismo Cultural como estratégia de Inovação territorial • Turismo cultural e <i>storytelling</i> territorial • Identidades culturais e valorização do território • Inteligência Artificial na personalização da experiência cultural • O turismo cultural como ferramenta de preservação patrimonial e) Tendências e Desafios do Turismo Criativo • Sustentabilidade e autenticidade na experiência turística • Novas narrativas para o turismo criativo e cultural • Estratégias para o envolvimento da comunidade local • Processos de apropriação do espaço e participação comunitária • Modelos de governança criativa e colaborativa • O papel das políticas públicas e do financiamento na dinamização do setor	• Cultural Capital: Images, Values, Audiences, and Consumption of Creative Industries • Art and Culture: New Trends in Urban Redevelopment and Heritage Valorization • Territorial Development Models Based on the Creative Economy • The Role of Digitalization and Collaborative Platforms • UNESCO Creative Cities Network and Case Studies d) Cultural Tourism as a Strategy for Territorial Innovation • Cultural Tourism and Territorial Storytelling • Cultural Identities and Territorial Valorization • Artificial Intelligence in Personalizing the Cultural Experience • Cultural Tourism as a Heritage Preservation Tool e) Trends and Challenges of Creative Tourism • Sustainability and Authenticity in the Tourism Experience • New Narratives for Creative and Cultural Tourism • Strategies for Engaging the Local Community • Processes of Spatial Appropriation and Community Participation • Models of Creative and Collaborative Governance
--	---	--

		The Role of Public Policies and Funding in Boosting the Sector
Demonstração da coerência: conteúdos/objetivos de aprendizagem (Demonstration of the syllabus/learning objectives)	Turismo, indústrias criativas e estratégias de desenvolvimento territorial, podem ser entendidos como um universo de reflexão e de charneira entre variados domínios científicos, mas com capacidade de integração, no território sócio cultural, onde se estabelecem relações entre a sociedade, a economia e a cultura. Os conteúdos programáticos começam por incluir a discussão sobre conceitos, métodos sobre a temática do turismo criativo e da inovação cultural. As matérias mais específicas que constituem os pontos do programa estão relacionadas, com a construção de metodologias para a criação de produtos turísticos criativos. Após uma sistematização do estado da arte sobre as tendências e desafios do turismo criativo, evoca-se também como elemento fundamental, os processos de participação comunitária no modelo de desenvolvimento de projetos de turismo criativo.	Tourism, creative industries, and territorial development strategies can be understood as a field of reflection and a bridge between various scientific domains, yet with the capacity for integration within the socio-cultural territory, where relationships between society, the economy, and culture are established. The syllabus begins with discussions on concepts and methods related to creative tourism and cultural innovation. The more specific topics within the programme focus on developing methodologies for the creation of creative tourism products. After systematising the state of the art regarding trends and challenges in creative tourism, community participation processes in the development model of creative tourism projects are also highlighted as a fundamental.
Metodologia de ensino	Serão seguidas metodologias de ensino e de avaliação com um forte enfoque teórico, mas também com alguma componente prática para a resolução de problemas relacionados com o entendimento e assimilação dos conteúdos temáticos, sobretudo na ótica da sua territorialização. O ensino terá por base uma sequenciação do tipo identificação → caracterização → solução do problema, através da apresentação de exemplos concretos, tanto presentes na bibliografia, como derivados da compulsão das estatísticas.	Teaching and assessment methodologies will follow a strong theoretical approach, while also incorporating a practical component to address problems related to the understanding and assimilation of thematic content, particularly from the perspective of its territorialisation. The teaching approach will be structured in a sequence of identification → characterisation → problem-solving, using concrete examples drawn from both the bibliography and statistical analysis.
CrITÉRIOS de avaliação (Evaluation methodologies)	A avaliação basear-se-á no modelo de avaliação contínua periódica, materializada na realização de um artigo científico de opção temática do estudante (100%), tendo por base conceptual a opção de um dos cinco campos de investigação temática apresentados no programa da unidade curricular.	Assessment will be based on a periodic continuous assessment model, requiring students to produce a scientific article on a thematic topic of their choice (100%). This article must be conceptually grounded in one of the five thematic research fields presented in the course syllabus.

Demonstração da coerência: metodologias/objetivos de aprendizagem (Demonstration of the methodologies/learning objectives)	O pendor teórico, mas também prático da UC, necessário ao aprofundamento dos conteúdos temáticos que culminarão na identificação da problemática em estudo, é coerente com uma metodologia de ensino teórico e prático ilustrativo da tipologia de problemas dos âmbitos do ambiente natural, da economia, da sociedade e da cultura que ocorrem a diferentes escalas e contextos territoriais.	The theoretical bias, but also practical of the CU, necessary for the deepening of the subjects/problematics that will culminate in the identification of the problematic, is consistent with a theoretical and practical teaching methodology that will illustrate the type of problems within the areas of the natural environment, economy, society and culture that occur at different scales and territorial contexts.
Bibliografia de consulta/existência obrigatória (Bibliography/Mandatory resources)	A. C. & Jeffcutt, P. (2009). Creativity, Innovation and the Cultural Economy. London: Routledge. Bouquillion, P. & Le Corf, J.- B. (2010). Les Industries Créatives: Diversité, Convergences et Enjeux. Paris: L'Harmattan. Florida, R. (2005). The flight of the creative class. New York, NY: Harper Business. Florida, R. (2009). Who's your city? How the creative economy is making where to live the most important decision of your life. Toronto: Random House of Canada. Lai, S., Zhang, S., Zhang, L., Tseng, H.-W., & Shiao, Y.-C. (2021). Study on the influence of cultural contact and tourism memory on the intention to revisit: A case study of cultural and creative districts. Sustainability, 13(4), 2416. Landry, C. (2006). La Ville Créative: Un Outil pour les Innovateurs Urbains. Éditions de l'Aube. Landry, C. (2008). The creative city: A toolkit for urban innovators. London: Earthscan. Lazzeretti, L. (2009). L'Économie des Clusters Créatifs: Culture et Innovation en Réseau. Presses Universitaires de Rennes.	A. C. & Jeffcutt, P. (2009). Creativity, Innovation and the Cultural Economy. London: Routledge. Bouquillion, P. & Le Corf, J.- B. (2010). Les Industries Créatives: Diversité, Convergences et Enjeux. Paris: L'Harmattan. Florida, R. (2005). The flight of the creative class. New York, NY: Harper Business. Florida, R. (2009). Who's your city? How the creative economy is making where to live the most important decision of your life. Toronto: Random House of Canada. Lai, S., Zhang, S., Zhang, L., Tseng, H.-W., & Shiao, Y.-C. (2021). Study on the influence of cultural contact and tourism memory on the intention to revisit: A case study of cultural and creative districts. Sustainability, 13(4), 2416. Landry, C. (2006). La Ville Créative: Un Outil pour les Innovateurs Urbains. Éditions de l'Aube. Landry, C. (2008). The creative city: A toolkit for urban innovators. London: Earthscan. Lazzeretti, L. (2009). L'Économie des Clusters Créatifs: Culture et Innovation en Réseau. Presses Universitaires de Rennes.

	Ng, W.-K., Hsu, F.-T., Chao, C.-F., & Chen, C.-L. (2023). Sustainable competitive advantage of cultural heritage sites: Three destinations in East Asia. <i>Sustainability</i>, 15(11), 8593. Priatmoko, S., Kabil, M., Vasa, L., Pallás, E. I., & Dávid, L. D. (2021). Reviving an unpopular tourism destination through the placemaking approach: Case study of Ngawen Temple, Indonesia. <i>Sustainability</i>, 13(12), 6704. Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. <i>Annals of Tourism Research</i>, 85, 102922. Santos, Rogério (2007) - <i>Indústrias Criativas: Imagens, valores e consumos</i>. Lisboa. Edições 70. Scott, A. J. (2014). <i>Beyond the Creative City: Cognitive-Cultural Capitalism and the New Urbanism</i>. NY: Edward Elgar Publishing. Tuan, Y. (2003). <i>Space and place: the perspective of experience</i> (3rd print). Minnedapolis: University of Minnesota Press. Zou, F. X., Ahmadi Dehrashid, A., Akif Cifci, M., & et al. (2025). Exploring the dynamics of creative tourism: A tourist-centric perspective to achieve economic sustainable development. <i>Journal of Mountain Science</i>, 22(1), 278-295.	Ng, W.-K., Hsu, F.-T., Chao, C.-F., & Chen, C.-L. (2023). Sustainable competitive advantage of cultural heritage sites: Three destinations in East Asia. <i>Sustainability</i>, 15(11), 8593. Priatmoko, S., Kabil, M., Vasa, L., Pallás, E. I., & Dávid, L. D. (2021). Reviving an unpopular tourism destination through the placemaking approach: Case study of Ngawen Temple, Indonesia. <i>Sustainability</i>, 13(12), 6704. Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. <i>Annals of Tourism Research</i>, 85, 102922. Santos, Rogério (2007) - <i>Indústrias Criativas: Imagens, valores e consumos</i>. Lisboa. Edições 70. Scott, A. J. (2014). <i>Beyond the Creative City: Cognitive-Cultural Capitalism and the New Urbanism</i>. NY: Edward Elgar Publishing. Tuan, Y. (2003). <i>Space and place: the perspective of experience</i> (3rd print). Minnedapolis: University of Minnesota Press. Zou, F. X., Ahmadi Dehrashid, A., Akif Cifci, M., & et al. (2025). Exploring the dynamics of creative tourism: A tourist-centric perspective to achieve economic sustainable development. <i>Journal of Mountain Science</i>, 22(1), 278-295.
Palavras-chave (máximo 4):	Criatividade, indústrias culturais, turismo cultural, inovação territorial.	Creativity, cultural industries, cultural tourism, territorial innovation.