

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[318623134] Gestão de Produtos e Mercados Turísticos [318623134] Tourism Economics		
Plano / Plan:	Plano 2015/2016		
Curso / Course:	Gestão Turística, Cultural e Patrimonial Tourism, Cultural and Heritage Management		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão, Administração e Turismo		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego		
Área Científica / Scientific Area:	Turismo		
Ano Curricular / Curricular Year:	3		
Período / Term:	S1		
ECTS:	6		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0162:00		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0060:00	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0000:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[1145] João Pedro Vaz Pinheiro Estêvão

Outros Docentes / Other Teaching

[1145] João Pedro Vaz Pinheiro Estêvão | Horas Previstas: 60h

Objetivos de Aprendizagem

Desenvolver os conhecimentos e competências dos alunos sobre os produtos turísticos identificados como estratégicos para Portugal e, em particular, para a região Norte; Refletir criticamente sobre os produtos turísticos estratégicos identificados e sobre o seu contributo para o desenvolvimento sustentável da atividade turística nos destinos; Identificar as melhores práticas em cada um dos produtos e a sua adaptação a cada destino onde se inserem; Identificar os fatores que influenciam a capacidade de inovação e desenvolvimento de novos produtos turísticos e a sua contribuição para a competitividade dos destinos; Compreender o conceito de turismo experiencial e a sua adaptação aos destinos turísticos e à sua oferta; Obter conhecimentos práticos ao nível da estruturação de produtos turísticos inovadores; Obter conhecimentos práticos acerca da análise aos mercados da procura turística e das estratégias para atrair distintos segmentos de clientes.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

Develop students' knowledge and skills on tourism products identified as strategic to Portugal and, in particular, to the North region; Reflect critically on the strategic tourism products identified and on its contribution to the sustainable development of tourism activity in destinations; Identify best practices in each of the products and their adaptation to each destination where they fall; Identify the factors that influence the ability to innovate and develop new tourism products and their contribution to the competitiveness of destinations; Understand the concept of experiential tourism and its adaptation to tourist destinations and their offer; Get practical knowledge about the structuring of innovative tourism products; Get practical knowledge about the analysis of tourism demand markets and strategies to attract different customer segments.

Conteúdos Programáticos (Lim:1000)

1. O Produto Turístico - Processo de estruturação de produtos turísticos inovadores com base nos recursos endógenos
 - 1.1 Os agentes que integram o processo; 1.2 Fase de diagnóstico: Caracterização territorial da oferta; Análise de intenções de projetos de investimento; "Benchmarking" internacional relativo a boas práticas; 1.3 O processo de "design" de experiências de lazer: Ferramentas e técnicas de "design" de experiências inovadoras; "Storytelling" como instrumento de "design" de experiências; O papel das tecnologias de informação na estruturação de produtos turísticos; 1.4 Capacidade competitiva de Portugal e estratégia para cada um dos produtos.
2. O Mercado Turístico
 - 2.1 Conceito e funcionamento; 2.2 Fatores de evolução a curto e médio prazo; 2.3 Tendências de evolução do mercado; 2.4 Aspetos determinantes da competitividade; 2.5 Mercados alvo de aposta estratégica para Portugal.

Syllabus (Lim:1000)

1. The Tourism Product - Process of structuring innovative tourism products based on endogenous resources
 - 1.1 The agents that integrate the process; 1.2 Diagnosis phase: Territorial characterization of the offer; Analysis of intentions of investment projects; International benchmarking of good practices; 1.3 The process of leisure experience design: Tools and techniques of innovative experience design; Storytelling as an experience design tool; The role of information technology in the structuring of tourism products; 1.4 Portugal's competitive capacity and strategy for each product.
2. The Tourism Market
 - 2.1 Concept and operation; 2.2 Short and medium term evolution factors; 2.3 Market evolution trends; 2.4 Competitiveness determinants; 2.5 Target markets of strategic investment for Portugal.

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

A unidade curricular contempla uma abordagem teórico-prática, que inclui: a) Aulas de cariz expositivo da matéria; b) Aulas de cariz interrogativo com discussão de estudos de caso; c) Aulas de cariz demonstrativo e de trabalho prático dos estudantes, numa lógica de "Project Based Learning" (PBL), com orientação do docente.

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

Regular evaluation:

In this modality, the curricular unit contemplates a theoretical-practical approach, which includes: a) Classes of expository nature of the subject; b) Classes of interrogative nature with discussion of case studies; c) Classes of demonstrative nature and practical work of students, in a logic of "Project Based Learning" (PBL), with guidance from the teacher.

Evaluation criteria:

a) Regular assessment:

- Group work: 50%; Written assessment test: 30%; Participation and attendance: 20%. As a condition for a student to be included in the regular evaluation mode, attendance is required in 80% of the contact hours, as well as a minimum score of 8 points in all evaluation criteria.

b) Final Assessment; c) Assessment by Appeal / Improvement:

- Written assessment test (100%).

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Fesenmaier, D. R., & Xiang, Z. (Eds.). (2016). Design Science in Tourism: Foundations of Destination Management. Viena: Springer.

Katsoni, V., & Segarra-Oña, M. (Eds.) (2019). Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability. Cham: Springer.

Koc, E. (2020). Cross-Cultural Aspects of Tourism and Hospitality: A Services Marketing and Management Perspective. Abingdon: Routledge.

Kozak, N., & Kozak, M. (Eds.). (2019). Tourist Destination Management: Instruments, Products, and Case Studies. Viena: Springer.

Morrison, A. (2013). Marketing and Management Tourism Destinations. Abingdon: Routledge.

Moutinho, Luiz (2018). Strategic Management in Tourism. Wallingford: Cabi Publishing.

Sotiriadis, M., & Gursoy, D. (Eds.) (2016). The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences. Bingley: Emerald Group.

Xiang, Z., & Fesenmaier, D.R. (Eds.) (2017). Analytics in Smart Tourism Design. Viena: Springer.

Bibliography (Lim:1000)

Fesenmaier, D. R., & Xiang, Z. (Eds.). (2016). Design Science in Tourism: Foundations of Destination Management. Viena: Springer.

Katsoni, V., & Segarra-Oña, M. (Eds.) (2019). Smart Tourism as a Driver for Culture and Sustainability. Cham: Springer.

Koc, E. (2020). Cross-Cultural Aspects of Tourism and Hospitality: A Services Marketing and Management Perspective. Abingdon: Routledge.

Kozak, N., & Kozak, M. (Eds.). (2019). Tourist Destination Management: Instruments, Products, and Case Studies. Viena: Springer.

Morrison, A. (2013). Marketing and Management Tourism Destinations. Abingdon: Routledge.

Moutinho, Luiz (2018). Strategic Management in Tourism. Wallingford: Cabi Publishing.

Sotiriadis, M., & Gursoy, D. (Eds.) (2016). The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences. Bingley: Emerald Group.

Xiang, Z., & Fesenmaier, D.R. (Eds.) (2017). Analytics in Smart Tourism Design. Viena: Springer.

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares