

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[31821556] Turismo Gastronómico [31821556] Food Tourism		
Plano / Plan:	Licenciatura em Turismo V3		
Curso / Course:	Licenciatura em Turismo Tourism		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Turismo		
Ano Curricular / Curricular Year:	3		
Período / Term:	S2		
ECTS:	4		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0106:00		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0039:00	(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

[3056] Cristina Maria De Jesus Barroco Novais

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3056] CRISTINA MARIA DE JESUS BARROCO NOVAIS

Objetivos de Aprendizagem

Esta unidade curricular pretende proporcionar as competências necessárias para gerir empresas e organizações do setor do turismo gastronómico, tanto de âmbito público como privado, de forma eficiente e com um enfoque estratégico, adequado à realidade do setor e às tendências mais inovadoras. Pretende-se que os alunos sejam capazes de:

- adquirir uma visão global do turismo gastronómico a nível nacional e internacional;
- compreender a singularidade do turismo gastronómico de um território e o papel de todos os agentes envolvidos, desde as instituições às empresas;
- compreender a importância das certificações dos produtos para o aumento do valor dos mesmos;
- aprender a desenhar produtos e experiências enogastronómicas, criativas e inovadoras;
- estruturar Cartas e Menus;
- adquirir o domínio de métodos e técnicas avançadas de gestão e promoção de destinos e empresas de turismo gastronómico.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

This course aims to provide the necessary skills to manage companies and organizations in the food/gastronomic tourism sector (public and private), efficiently and with a strategic focus, appropriate to the sector's reality and the most innovative trends.

It is intended that students are able to:

- acquire a global vision of food tourism at national and international level;
- understand the uniqueness of food tourism in a territory and the role of all agents involved, from institutions to companies;
- understand the importance of endogenous products certifications to increase their value;
- designing products, creative and innovative food and wine experiences;
- writing a Menu;
- obtain advanced methods and techniques for the management and promotion of food destinations and gastronomic tourism companies.

Conteúdos Programáticos (Lim:1000)

1. TURISMO GASTRONÓMICO: UMA OPORTUNIDADE PARA O TURISMO
 - 1.1. A Gastronomia no Turismo
 - 1.2. Gastronomia e criação da marca territorial
 - 1.3. Gastronomia e o setor da restauração
 - 1.4. Gastronomia e Hotelaria
 - 1.5. Tipologias e componentes do Turismo Gastronómico

2. GASTRONOMIA E ANTROPOLOGIA DA ALIMENTAÇÃO
 - 2.1. Geografia e Gastronomia: Cozinhas do Mundo
 - 2.2. A Gastronomia como fator social e cultural
 - 2.3. Produtos Endógenos
 - 2.4. Certificações: Produtos tradicionais de qualidade

3. GESTÃO DE DESTINOS E EMPRESAS DE TURISMO GASTRONÓMICO
 - 3.1. Sistema turístico de um destino gastronómico
 - 3.2. O Turismo Gastronómico como opção de negócio: estudos de caso

4. EVENTOS GASTRONÓMICOS E ATIVIDADES DE DINAMIZAÇÃO DE DESTINOS GASTRONÓMICOS
 - 4.1. Os eventos gastronómicos como instrumentos de promoção turística

5. BOAS PRÁTICAS NO USO DA GASTRONOMIA ENQUANTO INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO LOCAL

6. MARKETING DE TURISMO GASTRONÓMICO

Syllabus (Lim:1000)

1. FOOD TOURISM: AN OPPORTUNITY FOR TOURISM
 - 1.1. Gastronomy in Tourism
 - 1.2. Gastronomy and creation of the territorial brand
 - 1.3. Gastronomy and the Restaurants sector
 - 1.4. Gastronomy and Hospitality
 - 1.5. Typologies and components of Food Tourism

2. GASTRONOMY AND FOOD ANTHROPOLOGY
 - 2.1. Geography and Gastronomy: World Kitchens
 - 2.2. Gastronomy as a social and cultural factor
 - 2.3. Endogenous Products
 - 2.4. Certifications: Traditional quality products

3. MANAGEMENT OF FOOD DESTINATIONS AND GASTRONOMIC TOURISM COMPANIES
 - 3.1. Tourism system of a food/gastronomic destination
 - 3.2. Food Tourism as a business option: case studies

4. GASTRONOMIC EVENTS AND ACTIVITIES FOR GASTRONOMIC DESTINATIONS
 - 4.1. Gastronomic events as instruments for tourism promotion

5. GOOD PRACTICES IN THE USE OF GASTRONOMY AS AN INSTRUMENT FOR LOCAL DEVELOPMENT

6. MARKETING FOR FOOD TOURISM

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

A metodologia seguida assenta na:

- lecionação de aulas teórico-práticas, com a participação ativa dos alunos;
- elaboração e apresentação de 5 tarefas desenvolvidas ao longo do semestre;
- aulas debate;

- visita de estudo à Delegação de Viseu da AHRESP.

A avaliação é feita de acordo com o estipulado no Artigo 3.º do Regulamento de Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes.

1. Avaliação Contínua:

O aluno pode optar pela avaliação contínua. A nota final é obtida através da ponderação dos seguintes critérios:

- 5 Tarefas desenvolvidas no decorrer do semestre: 50% (consultar ponto A)
- Prova de Frequência: 50%

2. Avaliação em Exame Final:

A nota final é obtida através da ponderação dos seguintes critérios:

- Tarefas (obrigatória a elaboração de 2 das 5 tarefas definidas): 20%
- Exame Final - 80%

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

The methodology followed is based on:

- theoretical-practical lectures, with the active participation of students;
- presentation of 5 tasks developed during the semester;
- debate lectures;

- Field Trip to AHRESP.

The assessment is made according to the Article 3 of the Student Performance Evaluation Regulation.

1. Continuous assessment: the final grade is obtained by considering the following criteria:

- 5 Tasks developed during the semester: 50%
- Exam: 50%

2. Assessment Final Exam: The final grade is obtained by considering the following criteria:

- Tasks (mandatory the elaboration of 2 of the 5 defined tasks): 20% -
- Final Exam - 80%

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

- Dixit, S. K. (2019). The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism. Routledge
- Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Getz, D., Andersson, T., Robinson, R. & Vujcic, S. (2013). *Foodies and Food Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism: Around the world*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hjalager, A. M. & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- UNWTO (2017). *Second Global Report on Food Tourism & Affiliate Members Report: Volume sixteen*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO (2012). *Global Report on Food Tourism & AM Reports: Volume four*. Madrid: UNWTO.
- World Food Travel Association (2019). *2019 State of the Food Travel Industry Report*. World Food Travel Association.
- Yeoman, I. & Beattie, M. (2016). The future of food tourism. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 95-98.

Bibliography (Lim:1000)

Dixit, S. K. (2019). The Routledge Handbook of Gastronomic Tourism. Routledge

Ellis, A., Park, E., Kim, S. & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250-263.

Getz, D., Andersson, T., Robinson, R. & Vujcic, S. (2013). *Foodies and Food Tourism*. Oxford: Goodfellow Publishers.

Hall, M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism: Around the world*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hjalager, A. M. & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.

UNWTO (2017). *Second Global Report on Food Tourism & Affiliate Members Report: Volume sixteen*. Madrid: UNWTO.

UNWTO (2012). *Global Report on Food Tourism & AM Reports: Volume four*. Madrid: UNWTO.

World Food Travel Association (2019). *2019 State of the Food Travel Industry Report*. World Food Travel Association.

Yeoman, I. & Beate, M. (2016). The future of food tourism. *Journal of Tourism Futures*, 2(1), 95-98.

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares