

### Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

<b>Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:</b>	[3182637] Produtos Turísticos [3182637] Tourism Products		
<b>Plano / Plan:</b>	Licenciatura em Turismo V3		
<b>Curso / Course:</b>	Licenciatura em Turismo Tourism		
<b>Grau / Diploma:</b>	Licenciado		
<b>Departamento / Department:</b>	Departamento de Gestão		
<b>Unidade Orgânica / Organic Unit:</b>	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
<b>Área Científica / Scientific Area:</b>	Turismo		
<b>Ano Curricular / Curricular Year:</b>	2		
<b>Período / Term:</b>	S2		
<b>ECTS:</b>	5		
<b>Horas de Trabalho / Work Hours:</b>	0132:30		
<b>Horas de Contacto/Contact Hours:</b>			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0058:30	(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**

- Pretende-se que os alunos sejam capazes de identificar a problemática da procura e oferta turísticas e consequentes produtos turísticos que lhe estão subjacentes, e que, acima de tudo, compreendam as suas características variáveis mediante a distribuição geográfica, económica e social de um local.
- Dotar os alunos de meios e conhecimentos para identificar e definir os produtos turísticos de uma forma inicialmente regional, porém, sempre numa perspetiva de envolvimento nacional e em alguns casos mundial.
- Sensibilizar os alunos para o surgimento de novos produtos turísticos e reformulação/adaptação de produtos tradicionais.
- Disponibilizar ferramentas e conhecimentos que permitam inovar e diferenciar os produtos turísticos portugueses.
- Estimular a criatividade dos alunos na criação de novos produtos turísticos.

### **Learning Outcomes of the Curricular Unit**

- Identify tourism supply and demand and related tourism products and, above all, understand that their characteristics vary geographically, economically and socially.
- Provide students the necessary skills to identify and define regional tourism products, relating them with national and worldwide perspectives.
- Make students aware of the emergence of new tourism products and reformulation/adaptation of traditional products.
- Provide tools and knowledge to innovate and differentiate Portuguese tourism products.
- Stimulate students' creativity in creating new tourism products.

### **Conteúdos Programáticos (Lim:1000)**

1. DEFINIÇÕES E CONCEITOS
2. IDENTIFICAÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS POR ÁREAS REGIONAIS
3. O PENT: OS 10 PRODUTOS TURÍSTICOS ESTRATÉGICOS PARA PORTUGAL
4. ESTRATÉGIA TURISMO 2027
5. DIVERSIFICAÇÃO E DIFERENCIAÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS PORTUGUESES
  - TURISMO CULTURAL: Aldeias Históricas; Aldeias de Xisto; Museus; Património Mundial; Palácios e Castelos; Gastronomia; Artesanato
  - TURISMO RELIGIOSO: Festas e Romarias; Centros de Peregrinação; Caminhos de Fátima; Caminhos de Santiago; Presenças de Santo António; Presenças Judaicas
  - TURISMO DESPORTIVO: Golfe; Turismo Equestre; Desportos Radicais; Turismo Cinegético
  - TURISMO DE NATUREZA
  - TURISMO DE NEGÓCIOS
  - ENOTURISMO
  - TURISMO NO ESPAÇO RURAL
6. NOVOS PRODUTOS TURÍSTICOS: Turismo Industrial; Turismo Médico; Turismo Cinematográfico; Slow Tourism
7. O APARECIMENTO DE PRODUTOS TURÍSTICOS ALVO DE CONTROVÉRSIA
8. TURISMO ACESSÍVEL: O Turismo como fator de integração das pessoas com deficiência; A acessibilidade da Oferta Turística.

### **Syllabus (Lim:1000)**

1. DEFINITIONS AND CONCEPTS
2. IDENTIFICATION OF TOURISM PRODUCTS BY REGIONAL AREAS
3. THE PENT: 10 STRATEGIC TOURISM PRODUCTS FOR PORTUGAL
4. STRATEGIC TOURISM 2027
5. DIVERSIFICATION AND DIFERENTIATION PORTUGUESE TOURISM PRODUCTS
  - CULTURAL TOURISM: Historic Villages; Schist Villages, Museums, Heritage, Palaces and Castles, Food, Crafts
  - RELIGIOUS TOURISM: Festivities and Pilgrimages; Pilgrimage Centers; Attendance of San Antonio, Santiago Way, Jewish Presence
  - SPORTS TOURISM: Golf, Equestrian, Extreme Sports, Hunting Tourism
  - NATURE TOURISM
  - BUSINESS TOURISM: The importance of MICE to the Tourist Activity; The image of Portugal abroad
  - WINE TOURISM
  - RURAL TOURISM
6. NEW TORUISM PRODUCTS: Industrial Tourism; Medical Tourism; Film Tourism; Slow Tourism, Creative Tourism
7. THE EMERGENCE OF CONTROVERSIAL TOURISM PRODUCTS: Sex Tourism, Tourism War, Space Tourism
8. ALL FOR TOURISM: Tourism as an integration factor of people with disabilities; accessible tourism.

### **Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)**

#### METODOLOGIAS DE ENSINO:

- aulas teórico-práticas;
- defesa e apresentação de 1 trabalho de grupo alusivo a uma parte do programa, a decorrer durante as aulas;
- entrega e defesa de um trabalho de grupo final.

Nas aulas teórico-práticas recorre-se, sempre que necessário, à visualização de vídeos e outras ferramentas de aprendizagem subordinados aos temas expostos, assim como à projeção de esquemas e gráficos.

#### CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO:

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

#### Avaliação Contínua:

- Participação nas Aulas: 25%
- Trabalho de Grupo Final: 25%
- Prova de Frequência: 50%

Avaliação em Exame Final: a nota final é obtida através de:

- Trabalho de Grupo Final (25%);
- Exame Final (75%).

### Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

#### TEACHING METHODOLOGIES:

Teaching methodologies are based on theoretical-practical classes, with the use of videos and dvds of the topics exposed. Students also present a written assignment in class and present a final group assignment.

#### ASSESSMENT:

The assessment is made according to the Pedagogical rules of the School. Continuous assessment: (students will need to ensure a minimum of 75% class attendance) - the final grade is obtained by

Participation in classes: 25%; Final group Assignment: 25%; Test: 50%.

Non continuous Assessment: Final Group Assignment (25%) and Final Exam (75%).

### Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

BLOM, T.; NILSON, M.; SOLLA, X. S. (2008). Pilgrimage or sacred tourism? : a modern phenomenon with historical roots, with examples from Fatima and Santiago de Compostela. Revista Turismo & Desenvolvimento, Nº 9, 63-78

DODD, D. (2011). Food and the Tourism Experience. OECD: Paris

GETZ, D. (2000). Explore Wine Tourism & Management, Development & Destinations. Cognizant Communication Corporation, New York.

IPDT (2021). Estruturar e promover produtos turísticos & como criar experiências turísticas memoráveis? IPDT. <https://www.ipdt.pt/wp-content/uploads/2021/07/Ebook-estruturacao-produto-turismo-IPDT2021.pdf>

Turismo de Portugal, I.P. (2017). Estratégia Turismo 2027. Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal, I.P. (2013). Plano Estratégico Nacional de Turismo. Revisão e Objetivos 2013-2015. Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal, I.P. (2012). Guia de Boas Práticas de Acessibilidade na Hotelaria. Turismo de Portugal, I.P.

### **Bibliography (Lim:1000)**

BLOM, T.; NILSON, M.; SOLLA, X. S. (2008). Pilgrimage or sacred tourism? : a modern phenomenon with historical roots, with examples from Fatima and Santiago de Compostela. Revista Turismo & Desenvolvimento, N° 9, 63-78

DODD, D. (2011). Food and the Tourism Experience. OECD: Paris

GETZ, D. (2000). Explore Wine Tourism & Management, Development & Destinations. Cognizant Communication Corporation, New York.

IPDT (2021). Estruturar e promover produtos turísticos & como criar experiências turísticas memoráveis? IPDT. <https://www.ipdt.pt/wp-content/uploads/2021/07/Ebook-estruturacao-produto-turismo-IPDT2021.pdf>

Turismo de Portugal, I.P. (2017). Estratégia Turismo 2027. Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal, I.P. (2013). Plano Estratégico Nacional de Turismo. Revisão e Objetivos 2013-2015. Turismo de Portugal, I.P.

Turismo de Portugal, I.P. (2012). Guia de Boas Práticas de Acessibilidade na Hotelaria. Turismo de Portugal, I.P.

### **Observações**

«Observações»

### **Observations**

«Observations»

### **Observações complementares**