

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[3182653] Enoturismo [3182653] Wine 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:	S1		
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

- Pretende-se que os alunos sejam capazes de identificar a problemática da procura e oferta do produto Enoturismo e consequentes componentes que lhe estão subjacentes e que, acima de tudo, compreendam as suas características variáveis mediante as envolventes geográfica, económica e social de uma região;
- Fornecer aos alunos conhecimentos na área da Enologia e Vinhos que lhes permitam identificar as principais castas, formas de servir o vinho e conjugação comida - vinho;
- Disponibilizar aos alunos uma ferramenta de trabalho que os ajude a desenvolver um projecto de Enoturismo;
- Permitir aos alunos um contacto "in loco" com a realidade do Enoturismo;
- Tendo em conta que os alunos tiveram a unidade curricular de Produtos Turísticos no 2º semestre do 2º ano, pretende-se desenvolver um fio condutor entre o Enoturismo e os restantes produtos turísticos, criando sinergias e mais-valias para o desenvolvimento e sustentabilidade da oferta turística regional, portuguesa e mundial.

Learning Outcomes of the Curricular Unit

- Identify the supply and demand problem for the wine tourism product and the resulting components that underlie it. Furthermore, students should understand that the supply and demand characteristics vary with the geographical, economic and social development of a region;
- Provide students with knowledge in the Enology and Wine in order to identify the main varieties, how to serve wine and combine food with wine;
- Provide students with the necessary skills to help them develop a wine tourism project;
- Allow students to contact "in loco" with the wine tourism reality;
- Develop a common thread between wine tourism products and other tourism products, given that the students had the course of Tourism Products in the 2nd semester of 2nd year, creating synergies and added value for the development and sustainability of regional, Portuguese and worldwide tourism.

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

1. O VINHO

Processos de Fabrico; Conservação; Serviço e Prova;

2. VINHOS E GASTRONOMIA

Elaboração de uma carta de vinhos; Harmonização Vinhos / Gastronomia;

3. AS REGIÕES DEMARCADAS

Regiões Demarcadas em Portugal e no Mundo;

4. O PRODUTO TURÍSTICO ENOTURISMO

Conceito e características; A Cadeia de valor do Enoturismo; A Procura e Oferta; Características de um destino e de uma adega ideal para Enoturismo; Conceção, Implementação e Gestão de um Negócio em Enoturismo;

5. AS ROTAS DOS VINHOS

Conceito e características das Rotas de Vinho; Critérios dos aderentes das Rotas portuguesas; Actividades previstas no âmbito das Rotas; A competitividade das Rotas Portuguesas; Estratégias para o desenvolvimento das Rotas; As mais Importantes Rotas Mundiais;

Syllabus (Lim:1000)

1. WINE

Manufacturing Processes; Conservation; Service and Wine Tasting;

2. WINE AND FOOD

Development of a wine list; Wine and Food Pairing;

3. DEMARCATED REGIONS

The demarcated regions in Portugal and the World;

4. WINE TOURISM AS A TOURISM PRODUCT

Concept and characteristics of Wine Tourism, The Wine Tourism value chain; Supply and Demand; Characteristics of an ideal destination and wine cellar for conceiving, implementing and managing of a wine business;

5. WINES ROUTES

Concepts and characteristics of Wine Routes; criteria of the members of the Portuguese routes; Activities planned within the Routes, The competitiveness of Portuguese Wine Routes; Strategies for the development of routes; The Most Important wine routes worldwide;

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

A metodologia assenta na:

Lecionação de aulas teórico-práticas;

Elaboração e apresentação de 3 trabalhos intermédios no decorrer das aulas;

Apresentação e defesa de um trabalho de grupo final.

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

Avaliação Contínua: (os alunos têm de garantir 75% de presenças nas aulas): a nota final é obtida através da seguinte ponderação:

Participação nas Aulas e Defesa dos trabalhos intermédios:(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)

The teaching methodologies were based on: Theoretical-Practical class sessions; 3 group assignments done in class; Presentation of a final group assignment. Assessment was made according to the Pedagogical Rules of the School. Students could choose between continuous evaluation or a final exam. Continuous Evaluation. Students' final grade was: Participation in classes and 3 group assignments presentation (25%); Final Group Assignment (25%); Test (50%). Students would did not choose continuous evaluation were graded by a final exam (75%) and a group assignment (25%).

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

- Barber, N., Taylor, D. C. & Deale, C. S. (2010). Wine Tourism, Environmental Concerns, and Purchase Intention, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 27 (2), 146-165.
- Barroco, C. & Amaro, S. (2020). Examining the progress of the Dão Wine Route wineries¿ websites. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 33, 29-40.
- Charters, S. & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23(3), 311-319.
- Deco Proteste (2020). *Guia de Vinhos Proteste 2021*. Edições Deco Proteste.
- Hall, CM; Johnson, G.; Cambourne, B.; Macionis, N.; Mitchel, R. & Sharples, L. (2000). Wine Tourism: an introduction. In *Wine Tourism Around the World Development, Management and Markets*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Inácio, A. & Cavaco, C. (2010). Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 2(13/14), 761-769.

Bibliography (Lim:1000)

- Barber, N., Taylor, D. C. & Deale, C. S. (2010). Wine Tourism, Environmental Concerns, and Purchase Intention, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 27 (2), 146-165.
- Barroco, C. & Amaro, S. (2020). Examining the progress of the Dão Wine Route wineries¿ websites. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 33, 29-40.
- Charters, S. & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23(3), 311-319.
- Deco Proteste (2020). *Guia de Vinhos Proteste 2021*. Edições Deco Proteste.
- Hall, CM; Johnson, G.; Cambourne, B.; Macionis, N.; Mitchel, R. & Sharples, L. (2000). Wine Tourism: an introduction. In *Wine Tourism Around the World Development, Management and Markets*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Inácio, A. & Cavaco, C. (2010). Enoturismo em Portugal: forma de desenvolvimento regional e afirmação cultural local, *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 2(13/14), 761-769.

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares

Inválido para efeito de certificação