

Unidade Curricular	Internacionalização em Turismo	Área Científica	Turismo
Mestrado em	Marketing Turístico	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2018/2019	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP - - PL - - TC - - S - - E - - OT - - O - -
		Nível	2-1
		Créditos ECTS	6.0
		Código	5048-586-1104-00-18

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Marco Paulo Martins

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender a relevância do turismo internacional para aplicação em escalas mais micro.
2. Compreender os players do sistema turístico internacional para captação/consolidação de mercados turísticos a nível nacional.
3. Analisar as novas tendências turísticas para antecipar estratégias de acção inovadoras.

Pré-requisitos

Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1. Turismo Internacional
2. Os negócios internacionais
3. Portugal vs Turismo Internacional

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Turismo Internacional
 - Introdução ao tema
 - Determinantes dos fluxos internacionais e Estrutura do Mercado Internacional
 - Dinâmicas Regionais e Local versus Global
2. Os negócios internacionais
 - Introdução ao tema
 - A globalização dos mercados e a internacionalização das empresas
 - Negócios Internacionais - ambiente social, cultural e parceiros
 - Estratégias contratuais
3. Portugal vs Turismo Internacional
 - Visão sistémica dos players do mercado turístico nacional e internacional

Bibliografia recomendada

1. Hill, Charles W. L. (2013). International Business: Competing in the Global Marketplace, 9th edition, Boston, McGraw-Hill.
2. Morrison, A.M. (2013). Marketing and Managing Tourism Destinations. Routledge: New York. ISBN 10: 0415672503.
3. Reisinger, Y. & Dimanche, F. (2009). International Tourism: Cultures and Behavior. Elsevier. ISBN: 0-7506-7897-6
4. Sullivan, Charlotte (2016). International Tourism: Planning and Development. Willford Press. ISBN-10: 1682850803
5. Witt, S. & Brooke, M. (2012). The Management of International Tourism (RLE Tourism). Routledge. ISBN-10: 9780415812689

Métodos de ensino e de aprendizagem

As metodologias ajustam-se aos objectivos, visto que os mesmos requerem um equilíbrio entre exposições teóricas casos práticos e participação ativa dos alunos. Os casos práticos irão igualmente permitir que se ganhe um maior conhecimento da realidade turística internacional enquadrada na especificidade de Portugal.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Estudo de Casos - 15% (Análise de Casos Práticos Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming).)
 - Trabalhos Práticos - 35% (Trabalho de Grupo Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming))
 - Trabalhos Práticos - 50% (Desenvolvimento de um tema individualmente Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming))
2. Exame Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100% (Os estudantes devem propor-se a exame final no início das aulas.)
3. Avaliação Contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 15% (Análise de Casos Práticos Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming).)
 - Projetos - 85% (Desenvolvimento de um projeto individualmente Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming))

Língua em que é ministrada

1. Português
2. Inglês

Validação Eletrónica

Marco Paulo Martins	Ricardo Alexandre Fontes Correia	Joana Maria Sampaio Rua Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
05-12-2018	18-12-2018	18-12-2018	18-12-2018