

Unidade Curricular	Internacionalização em Turismo	Área Científica	Turismo
Mestrado em	Marketing Turístico	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2020/2021	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	5048-586-1104-00-20		

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

Nome(s) do(s) docente(s) Catarina Antónia 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. ISBN: 0-07-115116-8
2. Morrison, A. M. (2013). Marketing and managing tourism destinations. New York: Routledge. ISBN 10: 0415672503.
3. Reisinger, Y. & Dimanche, F. (2009). International tourism: Cultures and behavior. Burlington: Elsevier. ISBN: 0-7506-7897-6
4. Sullivan, Charlotte (2016). International tourism: Planning and development. New York: Willford Press. ISBN-10: 1682850803
5. Witt, S. & Brooke, M. (2012). The Management of international tourism (RLE Tourism). New York: Routledge. ISBN-10: 9780415812689

#### Métodos de ensino e de aprendizagem

É utilizada a metodologia da sala de aula invertida em que são colocadas questões previamente sobre a matéria a abordar na aula e depois são discutidas as diferentes propostas de resolução. A realização de temas de desenvolvimento com enfoque em revisão de literatura irão igualmente permitir que se ganhe um maior conhecimento da realidade turística internacional.

#### Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua - (Ordinário) (Final)
  - Trabalhos Práticos - 50% (Resolução individual de questões. Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming))
  - Temas de Desenvolvimento - 50% (Investigação individual de um tema. Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming))
2. Exame Final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 100%
3. Avaliação Distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
  - Exame Final Escrito - 50%
  - Projetos - 50% (Desenvolvimento individual de um tema de investigação.)

#### Língua em que é ministrada

1. Português
2. Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

#### Validação Eletrónica

Catarina Antónia Martins	Ricardo Alexandre Fontes Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
26-10-2020	26-10-2020	26-10-2020	26-10-2020