

Unidade Curricular	Desenvolvimento de Produtos Turísticos		Área Científica	Turismo	
Licenciatura em	Turismo		Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo	
Ano Letivo	2018/2019	Ano Curricular	2	Nível	1-2
Tipo	Semestral	Semestre	2	Créditos ECTS	6.0
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - - TC - - S - - E - - OT - - O - -	Código	9254-532-2202-00-18

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. Identificar os fatores determinantes e os procedimentos no desenvolvimento de produtos turísticos.
2. Compreender a especificidade do Marketing para os produtos turísticos
3. Identificar as características e especificidades das diferentes tipologias turísticas, nomeadamente do Turismo nas Áreas Rurais e Naturais; Turismo Cultural; Turismo de Saúde e outros produtos.
4. Desenvolver estratégias para a valorização de determinados produtos turísticos.
5. Identificar produtos específicos para determinados mercados turísticos.

Pré-requisitos

Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1. Desenvolvimento de produtos em turismo; 2. As diversas tipologias de turismo; 3. O Marketing e o Branding; 4. Recursos e produtos; 5. A procura Turística; 6. Pesquisa de Mercados; 7. Política do Produto;

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Desenvolvimento de produtos em turismo
 - Definições, influências e determinantes
 - Princípios e procedimentos no desenvolvimento de produtos turísticos
 - Os diferentes destinos
2. As diversas tipologias de turismo
 - Turismo em Espaço Rural
 - Turismo de Natureza
 - Gastronomia e vinhos
 - Turismo Cultural
 - Turismo de Saúde
 - Turismo de Reuniões. incentivos, conferências e eventos
 - Turismo Urbano
3. O Marketing e o Branding
 - O Marketing e o Marketing-Mix.
 - Oferta e o Produto Turístico;
 - A Procura e o Produto Turístico
 - O Branding
4. Recursos e produtos
 - Diferença entre Recursos e produtos
 - As características do Produto Turístico
 - A conceção de novos produtos
 - Formas de criação de produto
 - Introdução ao Desenvolvimento de Produtos Turísticos
 - Intangibilidade das experiências e memórias
5. A procura Turística
 - Estrutura conceptual do mercado
 - Turismo em função da procura
 - Fatores influenciadores da Procura
 - A sazonalidade e a sua problemática
6. Pesquisa de Mercados
 - Estudo de mercado
7. Política do Produto
 - Caracterização dos Produtos
 - Ciclo de Vida dos Produtos
 - Diferenciação e Posicionamento
 - A Promoção de Produtos Turísticos

Bibliografia recomendada

1. Fyall, A, Legohérel, P., Frochot, I., & Wang, Y. (2019). Marketing for tourism and hospitality. collaboration, technology, and experiences. UK: Routledge. ISBN: 9781138121294
2. Goelder, C., & Ritchie, B. (2011). Tourism, principles, practices, philosophies (12th edition). USA: John Wiley & Sons. ISBN: 9781118071779.
3. Lawton, L., & Weaver, D. (2014). Tourism management (5th edition). Milton, Qld: John Wiley & Sons. ISBN: 9781118644812.
4. Walder, B., Weiermair, K., & Perez, S.(2006). Innovation and product development in tourism: creating sustainable competitive advantage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. ISBN: 978-3503090792.
5. World Tourism Organization (2011). Handbook on tourism product development. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). ISBN: 9789284413959

Métodos de ensino e de aprendizagem

A metodologia pedagógica a utilizar baseia-se em aulas teórico-práticas onde se apresentam e discutem conceitos, metodologias e técnicas, com recurso a textos audiovisuais. Análise e discussão de temas concretos e estudo de casos práticos.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 15% (Igual para estudantes ERASMUS (Incoming) e para trabalhadores estudantes caso assim o comuniquem)
 - Exame Final Escrito - 35% (Igual para estudantes ERASMUS (Incoming) e para trabalhadores estudantes caso assim o comuniquem)
 - Temas de Desenvolvimento - 50% (Igual para estudantes ERASMUS (Incoming) e para trabalhadores estudantes)
2. Exame Final Escrito - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Exame Final Escrito - 50% (Para estudantes ERASMUS (Incoming) e para trabalhadores estudantes caso assim o comuniquem)
 - Temas de Desenvolvimento - 50% (Mesma avaliação para estudantes ERASMUS (Incoming) e para trabalhadores estudantes)
3. Exame final Escrito - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

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

Validação Eletrónica

Marco Paulo Martins	Aida Maria Oliveira Carvalho	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
10-04-2019	10-04-2019	10-04-2019	10-04-2019