

Unidade Curricular	Desenvolvimento de Produtos Turísticos		Área Científica	Turismo	
Licenciatura em	Turismo		Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo	
Ano Letivo	2019/2020	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 -	
<small>T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra</small>					

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 dos diferentes destinos turísticos.
3. Identificar as características e especificidades dos diferentes produtos turísticos, 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

Desenvolvimento de produtos em turismo. Turismo em áreas rurais e naturais . Turismo Cultural . Turismo de Saúde. Turismo de Negócios. Turismo Urbano. Outros produtos turísticos.

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. Turismo em áreas rurais e naturais
 - Turismo em Espaço Rural
 - Turismo de Natureza
3. Turismo Cultural
 - Conceito
 - Os museus
 - O Touring
 - Gastronomia e vinhos
4. Turismo de Saúde
 - Conceito
 - Tipologias de produtos de turismo de turismo de saúde
5. Turismo de Negócios
 - Conceito
 - Tipologias de produtos de turismo de negócios e locais de reuniões
 - O mercado do turismo de negócios
6. Turismo Urbano
 - Conceito
 - A cidade turística: tipologias, evolução, planeamento e gestão
 - Os turistas urbanos: tipologias, motivações e experiência
7. Outros produtos turísticos

Bibliografia recomendada

1. Cooper, C. & Hall, M. C. (2008). Contemporary Tourism: An International Approach. Butterworth-Heinemann. ISBN 0750663502.
2. Davidson, R. (2003). Business Travel. Harlow: Pearson Education. ISBN 10 0-582-40444-4.
3. Dean, D. (2003). Museum exhibition: Theory and practice. London, New York: Routledge. ISBN 0-203-03936.
4. Smith, M. , & Puczko, L. (2009). Health and Wellness tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann. ISBN 978-0-7506-8343-2.
5. World Tourism Organization (UNWTO). (2001). Handbook on Tourism Product Development. ISBN 978-92-844-1395-9.

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 - 40%
 - Exame Final Escrito - 60%
2. Exame Final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos em mobilidade - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 100%

Língua em que é ministrada

Português

Validação Eletrónica

Marco Paulo Martins	Catarina Antónia Martins	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
29-02-2020	02-03-2020	02-03-2020	10-03-2020