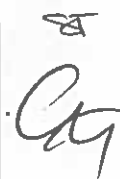
 IPG Politécnico da Guarda Escola Superior de Turismo e Hotelaria	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.009.02
--	--	-------------------



<i>Curso</i>	Turismo e Lazer Gestão Hoteleira Restauração e Catering			<i>Ano letivo</i>	2017/2018		
<i>Unidade Curricular</i>	Gestão de Destinos Turísticos			<i>ECTS</i>	4		
<i>Regime</i>	Obrigatório (TL e GH) e Opcional (RC)						
<i>Ano</i>	3º	<i>Semestre</i>	2º semestre	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente (s)</i>	Sandra Teixeira e Gonçalo Poeta Fernandes			<i>Total</i>	108	<i>Contacto</i>	45
<i>Coordenador da Área Científica</i>	Gonçalo Poeta Fernandes						
GFUC Cumprido							

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Discutir os principais desafios da estruturação e gestão de um destino turístico.
- Aprender modelos de cooperação e coresponsabilização entre atores estratégicos, para a construção de uma identidade territorial.
- Conhecer políticas e estratégias de valorização e promoção dos destinos.
- Conhecer ferramentas de comunicação, promoção e distribuição adequadas ao destino turístico.
- Compreender a relevância da gestão do conhecimento existente nos destinos turísticos: saberes dos atores, suas estratégias e visões.
- Identificar e manusear modelos de monitorização da atividade de um destino turístico.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Destino turístico e gestão de destinos
 - 1.1. Conceitos
 - 1.2. Funções, componentes e *stakeholders*
 - 1.3. Tipologias de destinos turísticos
 - 1.4. Estruturação, ciclo de vida e sustentabilidade
 - 1.5. Competitividade dos destinos turísticos
 - 1.6. Sustentabilidade do desenvolvimento turístico

2. Marketing de destinos turísticos
 - 2.1. O marketing como ferramenta para a competitividade dos destinos
 - 2.2. Elementos do microambiente e do macroambiente
 - 2.3. Estudos de mercado e avaliação do perfil do destino
 - 2.4. Segmentação de mercado e seleção de mercado-alvo
 - 2.5. Marca e imagem dos destinos
 - 2.6. Posicionamento e *branding*
 - 2.7. Desenvolvimento de produtos
 - 2.8. Promoção de destinos
 - 2.9. Manutenção de valor
3. Pesquisa de suporte à gestão dos destinos turísticos
 - 3.1. Mediação e monitorização
 - 3.2. Avaliação dos resultados
4. Presença *online*, E-Business e gestão da informação
5. Destinos turísticos: tendências e desafios

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

A UC de Gestão de Destinos Turísticos pretende estabelecer bases de conhecimento e de desenvolvimento de estratégias adequadas às dinâmicas territoriais que o turismo tem desenhado, quer do ponto de vista conceptual, quer das atividades e processos que envolve na sua evolução. Procura promover o conhecimento de políticas e estratégias, suportados em indicadores e modelos de monitorização, que promovem a competitividade do destino. Procura, em simultâneo, avaliar os limites e a capacidade dos recursos turísticos e encorajar o desenvolvimento de um turismo sustentável, promovendo a coesão territorial e a construção sustentada dos destinos turísticos. Neste sentido, os estudantes devem conhecer a dimensão e significado do turismo, as características da procura e da oferta, os modelos de avaliação e quantificação do turismo, as tipologias dos espaços turísticos, bem como desenvolvimento de estratégias de qualificação e promoção do destino. É dada especial atenção aos princípios focos emissores e recetores de turismo, à forma da sua evolução, às tipologias de fluxos existentes e às tendências atuais.

8
Cg

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Bibliografia obrigatória:

- Abranja, N.; Marques, A. R.; Alcântara, A. A.; Coelho, F.; Ferreira, R.; Ribeiro, T. (Eds.)(2016). *Produtos, Mercados e Destinos Turísticos*. Edições Pedagogo.
- Canadian Universities Consortium; Urban Environmental Management Project; Training and Technology Transfer Program. *A Manual for Community Tourism Destination Management*.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Wanhill, S.; Shepherd, R. (2003). *Turismo: princípios e prática*. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman.
- Madeira, N. (2010). *Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos*. Porto: SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação.
- *Marketing de Destinos Turísticos* (s. a.). Ministério do Turismo & Governo Federal, Brasil.
- World Tourism Organization (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Madrid: World Tourism Organization.

Bibliografia recomendada:

- Alçada, M.; Lisitzin, K.; Manz, K. (Eds.) (2013). *Turismo e património mundial: Seleção de abordagens e experiências de gestão em sítios do património mundial de origem e influência Portuguesa (TOUR-WHPO)*. Turismo de Portugal / UNESCO.
- Cunha, L.; Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Lidel.
- Stange, J.; Brown, D.; Solimar International; Hilbruner, R.; Hawkins, D. E. (s.a.). *Tourism Destination Management Achieving Sustainable and Competitive Results*. Coleção Sustainable Tourism: International Cooperation for Development – Online tool kit and resource series. Washington: US Agency for International Development.
- World Tourism Organization. *ETC/UNWTO Handbook on Tourism Destination Branding – Draft*. World Tourism Organization.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

A metodologia de ensino assenta na componente expositiva complementada com técnicas ativas. São utilizados: o debate, estudo de casos, a investigação individual e em grupo.


No regime de Avaliação Periódica os estudantes podem optar por uma das duas seguintes modalidades. Na modalidade A, a Avaliação Periódica consiste na realização de dois testes de avaliação escritos e de um trabalho prático a ser realizado em grupo. A classificação final do estudante é obtida através da seguinte ponderação: 30% da nota do primeiro teste de avaliação; 30% da nota do segundo teste de avaliação; 40% da nota do trabalho de pesquisa. Na modalidade B, a Avaliação Periódica consiste na realização de dois testes de avaliação escritos. A classificação final do estudante é obtida através da seguinte ponderação: 50% da nota do primeiro teste de avaliação; 50% da nota do segundo teste de avaliação.

Em ambas as modalidades de Avaliação Periódica, a aprovação na unidade curricular implica uma nota mínima de 7 valores em cada uma das provas de avaliação (testes escritos e trabalho). O estudante passará automaticamente para o regime de avaliação por Exame Final no caso de ter uma nota inferior a 7,0 valores em qualquer uma das provas de avaliação. A falta a qualquer um destes três momentos de avaliação implica a passagem automática para o regime de avaliação por Exame final.

A Avaliação por Exame Final consiste na realização de um teste de avaliação escrito, de natureza teórico-prática, que determina a classificação final do estudante.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

A metodologia central a aplicar passa pela necessidade de introduzir os estudantes nas dimensões teórico-práticas das questões a tratar, incutindo sempre uma visão global e coerente do conhecimento sobre os problemas sociais contemporâneos. Incentiva-se a intervenção e iniciativa individual, bem como a reflexão coletiva. A avaliação é um elemento essencial e integrante do processo de ensino-aprendizagem, considerada como um processo integral, sistemático, gradual e contínuo, de forma a proporcionar feedbacks reguladores da atividade dos estudantes e do professor. Através da exposição dos

 <p data-bbox="491 145 695 280"> Politécnico da Guarda Escola Superior de Turismo e Hotelaria </p>	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.009.02
---	--	----------------------

conteúdos da unidade curricular efetuada pelo docente, dos resultados da pesquisa e análise em diversas fontes e da reflexão individual e coletiva sobre os mesmos no decurso das sessões letivas (participação ativa dos estudantes através de dúvidas, comentários, sugestões, críticas, entre outras, reveladoras do interesse e capacidade dos mesmos relativamente aos conteúdos abordados), os estudantes adquirem e desenvolvem as capacidades de integração, de análise crítica e de mobilização do conjunto de informações e conhecimento disponível para a compreensão e resolução de problemas sociais. Aperfeiçoam ainda as suas competências comunicacionais, interrogativas e argumentativas indispensáveis às pessoas e cidadãos ativos.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

A presença nas aulas é um elemento extremamente importante para o processo de ensino/aprendizagem. Os estudantes devem assistir às aulas, contudo a assiduidade não é obrigatória.


Data: 15 de junho de 2018

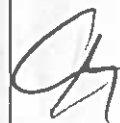
A docente

Sandra Teixeira
(Sandra Teixeira)

O docente e Coordenador da Área Disciplinar

Gonçalo Poeta Fernandes
(Gonçalo Poeta Fernandes)

	SUBJECT DESCRIPTION	MODELO PED.014.01
---	----------------------------	----------------------

8


<i>Course</i>	Tourism and Leisure; Hotel Management; Catering and Food Service	<i>Academic year</i>	2017/2018			
<i>Subject</i>	Tourism Destination Management	<i>ECTS</i>	4			
<i>Type of course</i>	Compulsory (TL and HM) and optional (CFS)					
<i>Year</i>	3	<i>Semester</i>	2nd sem	<i>Student Workload:</i>		
<i>Professor(s)</i>	Sandra Teixeira and Gonçalo Fernandes		<i>Total</i>	108	<i>Contact</i>	45
<i>Area Coordinator</i>	Gonçalo Poeta Fernandes					

Completed SD

1. LEARNING OBJECTIVES

- Discuss the main challenges of structuring and managing a tourism destination.
- To understand cooperation and acceptance models among strategic actors, for the construction of a territorial identity.
- To know policies and strategies for valuing and promoting destinations.
- To know communication, promotion and distribution tools appropriate to the tourism destination.
- Understand the relevance of knowledge management in tourism destinations: knowledge of the actors, their strategies and visions.
- Identify models of monitoring the activity of a tourism destination.

2. PROGRAMME

1. Tourist destination and management

1.1. Concepts

1.2. Functions, components and stakeholders

1.3. Types of tourism destinations

1.4. Structure, life-cycle and sustainability



1.5. Competitiveness of tourist destinations

1.6. Sustainability of tourism development

2. Marketing of tourist destinations
 - 2.1. Marketing as a tool for the competitiveness of destinations
 - 2.2. Elements of the microenvironment and the macroenvironment
 - 2.3. Market studies and destination profile evaluation
 - 2.4. Market segmentation and target market selection
 - 2.5. Destination brand and image
 - 2.6. Positioning and branding
 - 2.7. Product Development
 - 2.8. Promotion of destinations
 - 2.9. Value maintenance
3. Research to support the management of tourist destinations
 - 3.1. Mediation and monitoring
 - 3.2. Evaluation of results
4. Online Presence, E-Business and Information Management
5. Tourism destinations: trends and challenges

3. COHERENCE BETWEEN PROGRAMME AND OBJECTIVES

The course aims to establish knowledge bases and development strategies appropriate to the territorial dynamics that tourism has designed, both from a conceptual point of view, and from the activities and processes involved in its evolution. It seeks to promote knowledge of policies and strategies, supported by indicators and monitoring models, that promote the competitiveness of the destination. It seeks, at the same time, to assess the limits and capacity of tourism resources and to encourage the development of sustainable tourism, promoting territorial cohesion and the sustainable development of tourist destinations. In this sense, students should know the dimension and meaning of tourism, the characteristics of demand and supply, the models of evaluation and quantification of tourism, the typologies of tourism areas, as well as development of strategies for qualification and promotion of destination. Particular attention is given to the main sources of outbound and inbound tourism markets, to their evolution, to the typologies of existing flows and to the current trends.

	SUBJECT DESCRIPTION	MODELO PED.014.01 
---	----------------------------	---

4. MAIN BIBLIOGRAPHY

Mandatory Bibliography:


- Abranja, N.; Marques, A. R.; Alcântara, A. A.; Coelho, F.; Ferreira, R.; Ribeiro, T. (Eds.)(2016). *Produtos, Mercados e Destinos Turísticos*. Edições Pedagogo.
- Canadian Universities Consortium; Urban Environmental Management Project; Training and Technology Transfer Program. *A Manual for Community Tourism Destination Management*.
- Cooper, C.; Fletcher, J.; Wanhill, S.; Shepherd, R. (2003). *Turismo: princípios e prática*. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman.
- Madeira, N. (2010). *Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos*. Porto: SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação.
- *Marketing de Destinos Turísticos* (s. a.). Ministério do Turismo & Governo Federal, Brasil.
- World Tourism Organization (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Madrid: World Tourism Organization.

Additional Bibliography:

- Alçada, M.; Lisitzin, K.; Manz, K. (Eds.) (2013). *Turismo e património mundial: Seleção de abordagens e experiências de gestão em sítios do património mundial de origem e influência Portuguesa (TOUR-WHPO)*. Turismo de Portugal / UNESCO.
- Cunha, L.; Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Lidel.
- Stange, J.; Brown, D.; Solimar International; Hilbruner, R.; Hawkins, D. E. (s.a.). *Tourism Destination Management Achieving Sustainable and Competitive Results*. Coleção Sustainable Tourism: International Cooperation for Development – Online tool kit and resource series. Washington: US Agency for International Development.
- World Tourism Organization. *ETC/UNWTO Handbook on Tourism Destination Branding – Draft*. World Tourism Organization.

5. TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION)

The teaching methodologies are based on the theoretical approach a component complemented with active techniques. The teaching methodologies are: the debate, case studies, individual and group research.

	SUBJECT DESCRIPTION	MODELO PED.014 01
---	----------------------------	----------------------

In the Periodic Assessment regime students can choose one of the following two modalities. In modality A, the Periodic Assessment consists in two written tests and one practical work to be carried out in group. The final grade of the student is obtained this way: 30% of the grade of the first written assessment test; 30% of the grade of the second written assessment test; 40% of the grade of practical work. In modality B, Periodic Assessment consists of two written assessment tests (theoretical-practical). The final grade of the student is obtained this way: 50% of the grade of the first written assessment test; 50% of the grade of the second written assessment test.

In both modalities of Periodic Evaluation, the approval in the course unit implies a minimum grade of 7,0 values in each of the evaluation assignment (written tests and work). The student will automatically go to the Final Exam evaluation regime in case of a grade lower than 7,0 values in any of the evaluation assignments. The absence of any of these three evaluation moments implies the automatic passage to the evaluation system by Final Exam.

The Final Exam consists of a written assessment test (theoretical-practical) which determines the student's final grade.

6. COHERENCE BETWEEN TEACHING METHODOLOGIES AND OBJECTIVES

The central methodology to be applied involves the need to introduce students to the theoretical and practical dimensions of the issues to be addressed, always instilling a global and coherent view of knowledge about contemporary social problems. The individual intervention and initiative, as well as collective reflection are encouraged. Evaluation is an essential and integral element of the teaching-learning process, considered as an integral, systematic, gradual and continuous process, in order to provide feedback regulating student and teacher activities. Through the exposition of the contents of the curricular unit made by the teacher, the results of the research and analysis in several sources and the individual and collective reflection during the course sessions (active participation of the students through doubts, comments, suggestions, criticisms, among others, revealing their interest and ability concerning to the content addressed), students acquire and develop the capacities of integration, critical analysis and mobilization of the information and knowledge available to understand and solve social problems. They also improve their communicative, interrogative and argumentative skills, which are indispensable to the active people and citizens.

7. ATTENDANCE

The presence in the classroom is an extremely important element in the process of teaching / learning. Students must attend classes, but attendance is not compulsory.

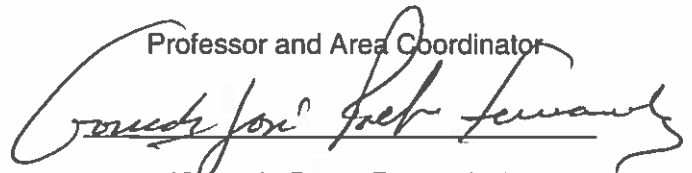
Date: 15/06/2018

Professor



(Sandra Teixeira)

Professor and Area Coordinator



(Gonçalo Poeta Fernandes)

