

<i>Curso</i>	Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo			<i>Ano letivo</i>	2020/2021		
<i>Unidade Curricular</i>	Mercados Turísticos			ECTS	5		
<i>Regime</i>	Obrigatório						
<i>Ano</i>	1.º ano	<i>Semestre</i>	1.º Semestre	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente(s)</i>	Gonçalo Poeta Fernandes			<i>Total</i>	135	<i>Contacto</i>	30
<i>Coordenador área disciplinar</i>	Gonçalo Poeta Fernandes						

GFUC Previsto

1. OBJETIVOS

Pretende-se de uma forma integrada e participativa que os alunos adquiram competências de forma a:

- Saber analisar o potencial de cada mercado;
- Perceber as tendências de consumo e a oferta em mercados concorrenciais;
- As redes de distribuição: operadores turísticos e retalhistas;
- Compreender o posicionamento estratégico, global e por mercados: analisar oportunidades em novos mercados;
- Conhecer o funcionamento do mercado interno e das regiões;
- Conhecer os principais focos turísticos – emissores e recetores;
- Avaliar os mercados turísticos na atualidade e suas tendências de evolução;
- Promover a adequação dos produtos turísticos em função dos mercados.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

- O turismo no mundo, na Europa e em Portugal
- A segmentação dos mercados.
- Análise das tendências de consumo.
- Análise da oferta em mercados concorrenciais.
- Redes de distribuição: operadores turísticos e retalhistas.
- O posicionamento estratégico, global e por mercados.
- Análise das oportunidades em novos mercados.
- Mercado interno e diferenças regionais.
- Tipologias dos espaços e mercados turísticos e seu desenvolvimento.
- Estratégias promocionais e de comercialização.

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

A unidade curricular procura capacitar os alunos de saberes e competências que permitam compreender a amplitude do fenómeno turístico, seus elementos estruturantes, dimensão territorial e relações entre os diversos atores. Neste contexto existe uma articulação entre os objetivos explicitados e os conteúdos desenvolvidos que permitem promover a construção do conhecimento sobre os mercados turísticos, sua segmentação e diferenciação espacial e temporal.

Procura-se desenvolver processo de aprendizagem com a exploração de recursos documentais (físicos e digitais), que permitam desenvolver capacidades de análise dos mercados, de identificação de tendências e de reflexão sobre estratégias de posicionamento e de comercialização de destinos.

4. BIBLIOGRAFIA

- BARROS, V. (2016). Turismo em Portugal, Lisboa, Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- BONILLA, J.M.L.& BONILLA, L. M. (2015). Manual de Investigacion de Mercados Turísticos, Ediciones Piramide.
- CUNHA, L. e ABRANTES, A. (2013). Introdução ao Turismo, Lisboa, Editora Lidel.
- CUNHA, L. (2013). Economia e Política do Turismo, Lisboa, Editora Lidel.
- CUNHA, L. (2017). Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspetivas, Lisboa, Editora Lidel.
- DANIEL, A.C.M. & G. P. FERNANDES (2010). Apontamentos de Mercados Turísticos. Disciplina do Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo.
- EJARQUE, J. (2016). Marketing y gestión de destinos turísticos nuevos modelos y estrategia 2. 0. Madrid: Ediciones Pirámide.
- LAWTON, L., & WEAVER, D. (2014). Tourism management. (5th edition). Milton, Qld: John Wiley & Sons.
- LOHMANN, G. C. FRAGA & R. CASTRO (2013). *Transportes e Destinos Turísticos: Planeamento e Gestão*, London, Elsevier.
- MATHEW, P. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89.
- MATIAS, A.; P. NIJKAMP AND M. SARMENTO (2011). *Tourism Economics: Impact Analysis*, Berlin, Springer Verlag.
- MORGAN, N. & A. PRITCHARD (2011). *Destination Brands*, London, Elsevier.
- MORRISON, A. (2013). Marketing and managing tourism destinations. London: Routledge.
- HALL, C.M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*, London, Pearson Education Limited.
- PAGE, STEPHEN J. (2011). *Tourism Management: An Introduction*. London, Elsevier.
- RAHMAN, A.; CROUCH, G AND LAING, J. (2018). Tourist's Temporal Booking Decisions: A Study of the Effect of Contextual Framing. *Tourism Management*, 65: 55-68.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2007). A Practical guide to destination management. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO). Daniel, A.; Costa, R.; Pita, M. e Costa, C. (2017). Tourism Education: What about Entrepreneurial Skills. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Forthcoming.
- United Nations World Tourism Organization, *Tourism Market Trends*. Publicação [online]. UNWTO, vários anos. Disponível em URL: <<http://www.unwto.org>>.
- United Nations World Tourism Organization, *World Tourism Barometer*. Publicação [online]. UNWTO, vários anos. Disponível em URL: <<http://www.unwto.org>>.

5. REGRAS DE AVALIAÇÃO

Metodologias de Ensino:

Método expositivo teórico-prático com utilização de meios audiovisuais; Estudos de caso; Realização de trabalho paraticos; Utilização de tecnologias de informação para aprendizagem; Disponibilização de conteúdos e-learning.

Regras de Avaliação:

Avaliação contínua: Avaliação através de trabalhos de grupo com apresentação e defesa (60%) e um teste escrito (40%).

Os alunos que não obtiverem aprovação por frequência, serão admitidos a um exame final.

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

Para se atingirem os objetivos propostos, a metodologia na unidade curricular assenta em princípios de formação teórico-prática e tutorial.

Os métodos e técnicas pedagógicas a aplicar durante as sessões serão: Método afirmativo com interligação entre a técnica expositiva e demonstrativa; Método de estudo de casos para desenvolver a capacidade crítica do aluno, cabendo ao professor a responsabilidade do reforço da aprendizagem e da coordenação das diversas ações e tarefas de simulação com bases de dados sobre o comportamento dos consumidores; Método de orientação tutorial que permitirá uma consolidação de conhecimentos e competências dos alunos.

Neste semestre e face ao funcionamento da unidade curricular em ensino á distancia, as aulas foram promovidas de forma síncrona e assíncrona, através de estratégias de aprendizagem promotoras de pesquisa, construção de conhecimento e desenvolvimento de competências, através de tarefas e partilha de conhecimentos de forma interativa.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Não aplicável.

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Docentes e Coordenador da Área Disciplinar:
Gonçalo Poeta Fernandes; Email: goncalopoeta@ipg.pt;

Data: Seia, dezembro de 2020

Assinatura:



Prof. Doutor Gonçalo J. Poeta Fernandes