

Curso	Gestão e Sustentabilidade no Turismo			Ano letivo	2021/22		
Unidade Curricular	Gestão de Produtos Turísticos			ECTS	5		
Regime	Obrigatório						
Ano	1º	Semestre	2º sem	Horas de trabalho globais			
Docente (s)	Fernando Florim De Lemos			Total	135	Contacto	34
Coordenador	Manuel Brites Salgado						

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Os conceitos analisados no âmbito da gestão de produtos turísticos inserem-se, sobretudo, na economia setorial do turismo, pela importância de saber responder às questões do que produzir e como produzir? De facto, é necessário abordar estas duas perspetivas indispensáveis ao técnico de turismo, de modo a compreender e interpretar a essência do turismo e a construir uma perspetiva multidisciplinar do fenómeno turístico e, no seguimento, estruturar e organizar a oferta existente num determinado destino, desde o nível nacional ao local. Pretende-se, assim, que os alunos estejam capacitados para reconhecer e caracterizar os principais produtos turísticos e desenvolver uma gestão sustentável e competitiva dos mesmos, de acordo com as tendências dos novos consumos e, ainda, desenvolver análise crítica com base em estudos de caso de boas práticas. Designadamente pretende-se a compreensão:

- dos conceitos e das tipologias da oferta turística relativos às novas tendências de produtos, destinos e experiências, que estão a transformar constantemente esta atividade turística, das diferentes abordagens ao desenvolvimento de destinos e produtos turísticos, bem como do seu ciclo de vida;
- da importância relativa dos principais produtos turísticos, evidenciando as boas práticas;
- do posicionamento e diferenciação, que conferem capacidade competitiva aos produtos turísticos e sua valorização perante mercados tendencialmente exigentes e informados, requerendo capacidade de inovação, flexibilidade e adaptação na sua gestão;
- da compreensão da estruturação e desenvolvimento dos produtos turísticos, de modo a competir com sustentabilidade nos mercados-alvo.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

I - Oferta turística

- 1.1 Conceitos e características da oferta turística
- 1.2 Componentes da oferta turística
- 1.3 Atividades turísticas
- 1.4 Destinos turísticos e ciclo de vida

- 1.5 Produtos turísticos
- 1.6 Estratégia de desenvolvimento baseada em produtos turísticos
- 1.7 Função da produção turística
- 1.8 Elasticidade da oferta turística

II – Principais produtos turísticos

- 2.1 Turismo balnear
- 2.2 Turismo de saúde e bem-estar
- 2.3 Turismo de negócios
- 2.4 Turismo de natureza e rural
- 2.5 Turismo cultural e religioso
- 2.6 Turismo urbano e *city break*
- 2.7 Turismo desportivo e de aventura
- 2.8 Turismo náutico
- 2.9 Turismo enogastronómico
- 2.10 Golfe

III - Inovação e diferenciação na gestão dos produtos turísticos

- 1 - Conceitos chave da implementação e estruturação dos produtos turísticos
- 2 - Inovação nos produtos e desenvolvimento de um destino
- 3 - Diferenciação e competitividade dos produtos turísticos
- 4 - Criatividade e flexibilidade na gestão dos produtos e destinos turísticos.

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

Cada capítulo dos conteúdos da UC pretende atingir um objetivo. Assim, a articulação abaixo apresentada, entre conteúdos e objetivos, permite demonstrar a coerência visada, pois o cap. I responde ao ponto a e o II ao ponto b.

Assim, o objetivo de apreender uma abordagem teórico-conceptual corresponde à discussão dos conceitos no âmbito da oferta turística, com particular incidência no desenvolvimento e gestão de produtos turísticos num determinado destino.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- Costa, C., Brandão, F., Breda, Z., Costa, R. (ed.) (2014). *Turismo nos Países Lusófonos: Produtos e Competitividade do Turismo na Lusofonia* - Vol. II. Lisboa: Escolar Editora
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo*. 3ª Edição, Lisboa: Lidel
- Cunha, L., Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. 5ª Edição, Lisboa: Lidel
- Instituto de Turismo de Portugal (2005). *Novos consumos, novos produtos turísticos*. Lisboa: ITP
- KOTLER, P., Bowen, J.T., Makens, J., & Baloglu, S. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 6th Edition. New York: Pearson

Madeira, N. (2010). Marketing e Comercialização de Produtos e Destinos. SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação, Porto

Santos, M. C., Ferreira A., Costa, C. & Santos, J.A. (2020). A Model for the Development of Innovative Tourism Products: From Service to Transformation. Sustainability, 12, 4362; 1-20.

SILVA, F., UMBELINO, J. (2017). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel

World Tourism Organization and European Travel Commission. (2011). Handbook on Tourism Product Development. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO) and the European Travel Commission (ETC).

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

- a) exposição oral apoiada em projeção de esquemas, imagens e filmes, tabelas e gráficos e, ainda, ideias-chave, devidamente enquadrados em textos bibliográficos de base;
- b) consulta às obras da bibliografia fundamental e a artigos científicos e de imprensa;
- c) convite à compreensão e interpretação dos conceitos e a sua confrontação com situações reais do turismo, nomeadamente através de estudos de caso e visitas de estudo;
- d) participação dos alunos em sala de aula numa análise exemplificativa entre o conhecimento científico e as situações mais pertinentes do quotidiano do turismo;
- e) pesquisa de dados sobre a oferta e a procura em portais estatísticos e funcionalidades;
- f) uso da plataforma de eLearning do IPG, onde são disponibilizados conteúdos da UC.

A avaliação contínua pressupõe o acompanhamento regular do ensino-aprendizagem e a avaliação periódica segue as regras definidas no Regulamento dos Cursos de mestrado do IPG. Estes tipos de avaliação supõem a realização de um trabalho individual (60%) e a respetiva discussão e defesa em sessão pública, bem como a realização, em grupo, de atividades/exercícios/tarefas na plataforma moodle IPG (40%). Em época de exame o aluno deverá realizar o trabalho escrito (50%) mais uma prova escrita (50%).

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

Esta UC visa dar ao mestrando uma visão mais aprofundada sobre os conceitos do enquadramento teórico da oferta turística com vista ao desenvolvimento sustentável e competitivo do turismo, designadamente através da importância da estratégia de desenvolvimento por produtos turísticos num dado destino. Assim, visa reconhecer a importância relativa dos principais produtos turísticos em função da natureza e características de cada destino. As metodologias de ensino utilizadas são transversais para atingir os 2 tipos de objetivos definidos. Estas metodologias são coerentes com esses objetivos porque abordam questões de ordem teórica e conceptual, em obras e artigos científicos relevantes e o mais recentes possível, articuladamente com a análise de estudos de caso e visitas de estudo, que pretendem introduzir os estudantes nas problemáticas discutidas na UC, centrando a atividade formativa no estudante pelo seu envolvimento em questões reais e práticas, no confronto de problemas o mais possível relacionados com as

realidades do desenvolvimento turístico sustentável através de produtos estratégicos, articulando com a investigação aplicada desenvolvida no trabalho de pesquisa individual.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Na avaliação contínua requer-se a presença em 75% do total de aulas lecionadas a discentes com estatuto normal.

8. CONTATOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

O docente está disponível no gabinete n.º B22 da ESTH, de acordo com o horário estabelecido e aprovado pela Direção da ESTH para o atendimento aos estudantes, ou através do correio eletrónico (fernando.lemos@ipg.pt).

9. OUTROS

A plataforma de E-learning do IPG constitui uma base de dados na qual são disponibilizados materiais importantes à aprendizagem dos conteúdos da UC, em complemento ao dossier da UC que disponibiliza a sebenta nos serviços de reprografia da ESTH. Este instrumento será também utilizado para comunicar com os discentes através da publicação de avisos.

Docente

Coordenador