

Gestão Turística e Cultural

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 14880/2013 de 15/11/2013

Ficha da Unidade Curricular: Turismo e Mercados Internacionais

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, T:15.0; TP:30.0;

Ano | Semestre: 3 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 964163

Área Científica: Turismo

Docente Responsável

Eunice Ferreira Ramos Lopes

Professor Adjunto

Docente(s)

Eunice Ferreira Ramos Lopes

Professor Adjunto

Objetivos de Aprendizagem

Demonstrar competências concetuais e de operacionalização que permitam analisar e compreender o fenómeno dinâmico da atividade turística e dos mercados internacionais, tendo Portugal como objeto de estudo constante (País recetor; País emissor).

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

A unidade curricular encontra-se desenhada nos moldes Problem/Project-Based Learning (PBL). O trabalho prático de projeto encontra-se focado na interpretação da a) dinâmica mundial do(s) mercado(s) do setor turístico; b) mobilidade internacional dos agentes culturais e criativos; c) outros.

ODS: nº4; nº 5; nº 8; nº 10 e nº 12.

Conteúdos Programáticos

1. Turismo Internacional
2. Produto Turístico. Análise Comparativa.

3. Mercado(s) Turístico
4. Perfil do Turista Internacional

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Turismo Internacional
 - 1.1. Globalização e o Turismo
 - 1.2. Diversidade Cultural
 - 1.3. Tendências do Turismo Internacional
2. Produto Turístico
3. Mercado Turístico
 - 3.1. Mercados Emissores
 - 3.2. Mercados Recetores
4. Perfil do Turista Internacional
 - 4.1. Perfil do consumidor
 - 4.1.1 Influência cultural e turística no consumidor

Metodologias de avaliação

A avaliação será realizada de acordo com as componentes prática e teórica:

- a) Componente prática: trabalho prático individual/grupo (50%), com apresentação pública.
- b) Componente teórica: prova escrita (50%).

Em ambas as componentes a) e b) a classificação não pode ser inferior a 08 valores. Caso o estudante obtenha uma nota inferior a 08 valores é admitido de imediato a exame final.

No exame final, a nota mínima é de 10 valores, sendo que a média da uc incluirá a nota final da componente prática.

Software utilizado em aula

Moodle
Publisher
Canva

Estágio

N/A.

Bibliografia recomendada

- Reisinger, Y. (2011). *International Tourism* (Vol. --). (pp. -----). --, Routledge. ---
- Costa, A. (2013). *Trends in European Tourism Planning and Organisation. Aspects of Tourism* . Channel view Publications - British Library., Channel view Publications - British Library.. British Library
- Bhatia, A. (2006). *International Tourism Management* . Sterling Publishers Pvt. Ltd. , Sterling Publishers Pvt. Ltd. . Sterling Publishers Pvt. Ltd.

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos programáticos enunciados permitem aos estudantes, adquirir competências e ferramentas de trabalho de análise, pesquisa e interpretação de dados, necessárias para a obtenção de uma visão sistémica acertada da realidade turística internacional e do funcionamento dos seus mercados e seus respetivos atores.

Metodologias de ensino

A uc possui aulas teóricas e teórico-práticas. As aulas teóricas terão análise teórica da atividade turística internacional, trabalhando conceitos inerentes ao mesmo. As teórico-práticas comparam e analisam diferentes mercados turísticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

O domínio dos conceitos e da realidade turística internacional, edificados no decorrer das aulas teóricas, serão complementados através da realização do trabalho prático, enquadrado nas aulas teórico-práticas, munindo os estudantes de condições para a realização de análises sistémicas do turismo e dos mercados internacionais.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

N/A.

Programas Opcionais recomendados

N/A.

Observações

Docente responsável
