

NCE/14/01421 — Apresentação do pedido - Novo ciclo de estudos

Apresentação do pedido

Perguntas A1 a A4

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

Universidade Do Algarve

A1.a. Outras Instituições de ensino superior / Entidades instituidoras:

A2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.):

Escola Superior De Gestão, Hotelaria E Turismo (Faro)

A3. Designação do ciclo de estudos:

Turismo

A3. Study programme name:

Tourism

A4. Grau:

Mestre

Perguntas A5 a A10

A5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Turismo e Lazer

A5. Main scientific area of the study programme:

Tourism and Leisure

A6.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF):

812

A6.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

N/A

A6.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

N/A

A7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

120

A8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de Março):

2 anos

A8. Duration of the study programme (art.º 3 DL-74/2006, March 26th):

2 years

A9. Número de vagas proposto:

40

A10. Condições específicas de ingresso:

Titulares de grau de licenciado, ou equivalente legal;

Titulares de um grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um primeiro ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um estado aderente a este Processo;

Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau de licenciado pelo Conselho Técnico-Científico da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve;

Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para a realização deste ciclo de estudos pelo Conselho Técnico-Científico da Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve;

O reconhecimento a que se referem as alíneas anteriores tem como efeito apenas o acesso ao Mestrado, não conferindo ao seu titular, a equivalência ou reconhecimento do grau de licenciado.

A10. Specific entry requirements:

Holders of a Portuguese undergraduate degree or legal equivalent;

Holders of an undergraduate degree conferred according to the principles of the Bologna Process by an EU Member State acceding to this process;

Holders of a foreign academic degree that is recognized and approved by the Scientific-Technical Council of the School of Management, Hospitality and Tourism;

Holders of an academic or professional CV that is recognized as attesting to the capacity to carry out this cycle of studies by the Scientific-Technical Council of the School.

The recognition referred to above has effect only regarding admission to the master's degree programme.

Pergunta A11

Pergunta A11

A11. Percursos alternativos como ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):

Sim (por favor preencha a tabela A 11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização de mestrado ou especialidades de doutoramento)

A11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento (se aplicável)

A11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, specialization areas of the master or specialities of the PhD (if applicable)

Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento:

Área de especialização I - Marketing Turístico

Área de especialização II - Gestão de Operações

Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património

Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas

Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD:

Area of specialization I - Touristic Marketing

Area of specialization II - Operations Management

Area of specialization III - Tourism, Culture and Heritage

Area of specialization IV - Touristic Infrastructure Management

A12. Estrutura curricular

Mapa I - Área de especialização I – Marketing Turístico

A12.1. Ciclo de Estudos:

Turismo

A12.1. Study Programme:

Tourism

A12.2. Grau:

Mestre

A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Área de especialização I – Marketing Turístico

A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Area of specialization I – Touristic Marketing

A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained for the awarding of the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos* / Optional ECTS*
Turismo e Lazer / Tourism and Leisure	T	90	0
Marketing e Publicidade / Marketing and Advertising	MKT	25	0
Psicologia / Psychology	P	5	0
(3 Items)		120	0

Mapa I - Área de especialização II - Gestão de Operações

A12.1. Ciclo de Estudos:

Turismo

A12.1. Study Programme:

Tourism

A12.2. Grau:

Mestre

A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Área de especialização II - Gestão de Operações

A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Area of specialization II - Operations Management

A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained for the awarding of the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos* / Optional ECTS*
Turismo e Lazer / Tourism and Leisure	T	95	0
Ciências Empresariais / Management Sciences	CE	5	0
Psicologia / Psychology	P	5	0
Gestão e Administração / Management and Administration	GA	10	0
Hotelaria e Restauração / Hotel and Restaurant Management	HR	5	0
(5 Items)		120	0

Mapa I - Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património

A12.1. Ciclo de Estudos:

Turismo

A12.1. Study Programme:

Tourism

A12.2. Grau:

Mestre

A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património

A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Area of specialization III - Tourism, Culture and Heritage

A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained for the awarding of the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos* / Optional ECTS*
Turismo e Lazer / Tourism and Leisure	T	95	0
Direito / Law	D	5	0
Marketing e Publicidade / Marketing and Advertising	MKT	5	0
Economia / Economics	E	5	0
Sociologia / Sociology	S	10	0
(5 Items)		120	0

Mapa I - Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas**A12.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***A12.1. Study Programme:***Tourism***A12.2. Grau:***Mestre***A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas***A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization IV - Touristic Infrastructure Management***A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained for the awarding of the degree**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos* / Optional ECTS*
Turismo e Lazer / Tourism and Leisure	T	90	0
Construção Civil e Engenharia Civil/Civil Construction and Civil Engineering	CCEC	15	0
Arquitetura e Urbanismo/Architecture and Urbanism	AU	5	0
Engenharia e Técnicas Afins/ Engineering and Related Techniques	ETA	5	0
Gestão e Administração/ Management and Administration	GA	5	0
(5 Items)		120	0

Perguntas A13 e A16**A13. Regime de funcionamento:***Pós Laboral***A13.1. Se outro, especifique:***N/A***A13.1. If other, specify:***N/A***A14. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:***Universidade do Algarve**Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo**Campus da Penha**8005-139 Faro*

A14. Premises where the study programme will be lectured:

*Universidade do Algarve
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo
Campus da Penha
8005-139 Faro*

A15. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB):

[A15_Regulamento Creditação Competências.pdf](#)

A16. Observações:

N/A

A16. Observations:

N/A

Instrução do pedido

1. Formalização do pedido

1.1. Deliberações

Mapa II - Conselho Técnico-Científico ESGHT / Scientific-Technical Council ESGHT - University of the Algarve**1.1.1. Órgão ouvido:**

Conselho Técnico-Científico ESGHT / Scientific-Technical Council ESGHT - University of the Algarve

1.1.2. Cópia de acta (ou extrato de acta) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[1.1.2._CTC1.pdf](#)

Mapa II - Conselho Pedagógico da ESGHT / Pedagogical Council of ESGHT of the University of the Algarve**1.1.1. Órgão ouvido:**

Conselho Pedagógico da ESGHT / Pedagogical Council of ESGHT of the University of the Algarve

1.1.2. Cópia de acta (ou extrato de acta) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[1.1.2._CP2.pdf](#)

Mapa II - Senado da Universidade do Algarve / Senate of the University of the Algarve**1.1.1. Órgão ouvido:**

Senado da Universidade do Algarve / Senate of the University of the Algarve

1.1.2. Cópia de acta (ou extrato de acta) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[1.1.2._senado.pdf](#)

Mapa II - Associação Académica**1.1.1. Órgão ouvido:**

Associação Académica

1.1.2. Cópia de acta (ou extrato de acta) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[1.1.2._Associação Académica.pdf](#)

1.2. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos**1.2. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos****A(s) respectiva(s) ficha(s) curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa V.**

Prof.ª Doutora Ana Isabel da Silva Aço Renda; Prof. Doutor José Manuel Figueiredo Santos

2. Plano de estudos

Mapa III - Área de especialização I – Marketing Turístico - 1.º Ano – 1.º Semestre

2.1. Ciclo de Estudos:*Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização I – Marketing Turístico***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization I – Touristic Marketing***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º Ano – 1.º Semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st Year - 1st semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dinâmicas do Sistema Turístico / Tourism System Dynamics	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Administração / Tourism and Administration	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Ciências Sociais / Tourism and Social Sciences	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Comportamento do Consumidor em Turismo / Consumer Behaviour in Tourism	P	S	140	TP30 (OT5)	5	
Gestão Estratégica de Marketing / Strategic Marketing Management	MKT	S	140	TP30 (OT5)	5	
Marketing de Destinos Turísticos / Marketing of Tourist Destinations	MKT	S	140	TP30 (OT5)	5	

(6 Items)

Mapa III - Área de especialização II - Gestão de Operações - 1.º ano - 1.º Semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização II - Gestão de Operações***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization II - Operations Management***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano - 1.º Semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st Year -1st semester*

2.5. Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dinâmicas do Sistema Turístico / Tourism System Dynamics	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Administração / Tourism and Administration	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Ciências Sociais / Tourism and Social Sciences	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Comportamento do Consumidor em Turismo / Consumer Behaviour in Tourism	P	S	140	TP30 (OT5)	5	
Gestão de Operações de Alojamento / Management of Lodging Operations	HR	S	140	TP30 (OT5)	5	
Gestão Estratégica / Strategic Management	GA	S	140	TP30 (OT5)	5	

(6 Items)

Mapa III - Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património - 1.º ano - 1.º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization III - Tourism, Culture and Heritage***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano - 1.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year - 1st semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dinâmicas do Sistema Turístico / Tourism System Dynamics	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Administração / Tourism and Administration	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Ciências Sociais / Tourism and Social Sciences	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Direito do Património Cultural / Cultural Heritage Laws	D	S	140	TP30 (OT5)	5	
Economia da Cultura / Economics of Culture	E	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Representações Culturais / Tourism and Cultural Representations	T	S	140	TP30 (OT5)	5	

(6 Items)

Mapa III - Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas - 1.º ano - 1.º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Área de especialização IV - Touristic Infrastructure Management***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano - 1.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year - 1st semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dinâmicas do Sistema Turístico / Tourism System Dynamics	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Administração / Tourism and Administration	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Turismo e Ciências Sociais / Tourism and Social Sciences	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Comportamento de Edifícios em Serviço / Behavior of Buildings in service	CCEC	S	140	TP30 (OT5)	5	
Empreendimentos Turísticos / Tourism Enterprises	CCEC	S	140	TP30 (OT5)	5	
Qualidade e Desempenho de Espaços Edificados / Quality and performance of Built Spaces	AU	S	140	TP30 (OT5)	5	
(6 Items)						

Mapa III - Área de especialização I – Marketing Turístico - 1.º ano - 2.º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização I – Marketing Turístico***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization I – Touristic Marketing***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano - 2.º semestre*

2.4. Curricular year/semester/trimester:*1st year - 2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Inovação em Turismo / Innovation in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Metodologias de Investigação em Turismo / Research Methodologies in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Planeamento, Políticas e Financiamento em Turismo / Planning, Financing and Tourism Policies	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Marketing de Atrações e Eventos / Marketing of Attractions and Events	MKT	S	140	TP30 (OT5)	5	
Marketing de Experiências / Marketing of Experiences	MKT	S	140	TP30 (OT5)	5	
Marketing do Alojamento / Marketing of Lodging Operations	MKT	S	140	TP30 (OT5)	5	

(6 Items)

Mapa III - Área de especialização II - Gestão de Operações - 1.º ano - 2.º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização II - Gestão de Operações***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization II - Operations Management***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano - 2.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year - 2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Inovação em Turismo / Innovation in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Metodologias de Investigação em Turismo / Research Methodologies in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Planeamento, Políticas e Financiamento em Turismo / Planning, Financing and Tourism Policies	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Sistemas Informáticos de Apoio à Decisão / Information Systems for Management Decision Support	GA	S	140	TP30 (OT5)	5	
Comunicação e Distribuição em Turismo / Communication and Distribution in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	

Mapa III - Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património - 1.º ano - 2.º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization III - Tourism, Culture and Heritage***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano - 2.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year - 2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Inovação em Turismo / Innovation in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Metodologias de Investigação em Turismo / Research Methodologies in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Planeamento, Políticas e Financiamento em Turismo / Planning, Financing and Tourism Policies	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Conceção e Gestão de Projetos Turísticos Culturais / Design and Management of Cultural Tourism Projects	S	S	140	TP30 (OT5)	5	
Interpretação do Património e Gestão de Visitantes / Heritage Interpretation and Visitor Management	S	S	140	TP30 (OT5)	5	
Marketing Cultural / Marketing of Cultural Products	MKT	s	140	TP30 (OT5)	5	

(6 Items)**Mapa III - Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas - 1.º ano - 2.º semestre****2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**

Area of specialization IV -Touristic Infrastructure Management**2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1.º ano - 2.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year - 2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Inovação em Turismo / Innovation in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Metodologias de Investigação em Turismo / Research Methodologies in Tourism	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Planeamento, Políticas e Financiamento em Turismo / Planning, Financing and Tourism Policies	T	S	140	TP30 (OT5)	5	
Gestão Económica de Empreendimentos / Economic Management of Tourism Complexes	GA	S	140	TP30 (OT5)	5	
Manutenção de Edifícios / Buildings Maintenance	CCEC	S	140	TP30 (OT5)	5	
Manutenção de Redes e Equipamentos de Edifícios / Maintenance of Buildings Networks and Equipment	ETA	S	140	TP30 (OT5)	5	

(6 Items)

Mapa III - Área de especialização I – Marketing Turístico - 2.º ano - 1.º e 2.º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização I – Marketing Turístico***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of Specialization I – Touristic Marketing***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2.º ano - 1.º e 2.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd year - 1st and 2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estágio /Internship	T	A	1260	0	45	Optativa
Relatório de Estágio /Final report	T	A	420	0	15	Obrigatória com o Estágio
Dissertação / Dissertation	T	A	1540	0	55	Optativa
Seminários de metodologias de apoio à Dissertação /Methodology seminars in support of	T	A	140	0	5	Obrigatória com a

the dissertation							Dissertação
Trabalho de Projeto /Project work	T	A	1540	0	55		Optativa
Seminários de metodologias de apoio ao projeto /Seminars of methodologies in support of the project	T	A	140	0	5		Obrigatória com o Projeto
(6 Items)							

Mapa III - Área de especialização II - Gestão de Operações - 2.º ano, 1.º e 2.º semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

Turismo

2.1. Study Programme:

Tourism

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Área de especialização II - Gestão de Operações

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

Area of specialization II - Operations Management

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

2.º ano, 1.º e 2.º semestre

2.4. Curricular year/semester/trimester:

2nd year, 1st and 2nd semester

2.5. Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estágio /Internship	T	A	1260	0	45	Optativa
Relatório de Estágio /Final report	T	A	420	0	15	Obrigatória com o Estágio
Dissertação / Dissertation	T	A	1540	0	55	Optativa
Seminários de metodologias de apoio à Dissertação /Methodology seminars in support of the dissertation	T	A	140	0	5	Obrigatória com a Dissertação
Trabalho de Projeto / Project Work	T	A	1540	0	55	Optativa
Seminários de metodologias de apoio ao Projeto / Methodology seminars in support of the project	T	A	140	0	5	Obrigatória com o Projeto
(6 Items)						

Mapa III - Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património - 2.º ano - 1.º e 2.º semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

Turismo

2.1. Study Programme:

Tourism

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

Área de especialização III - Turismo, Cultura e Património

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):*Area of specialization III - Tourism, Culture and Heritage***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2.º ano - 1.º e 2.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd year - 1st and 2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estágio / Internship	T	A	1260	0	45	Optativa
Relatório de Estágio / Final Report	T	A	420	0	15	Obrigatória com o Estágio
Dissertação / Dissertation	T	A	1540	0	55	Optativa
Seminários de metodologias de apoio à Dissertação / Methodology seminars in support of the dissertation	T	A	140	0	5	Obrigatória com o Estágio
Trabalho de Projeto / Project Work	T	A	1540	0	55	Optativa
Seminários de metodologias de apoio ao Projeto / Methodology seminars in support of the project	T	A	140	0	5	Obrigatória com o Projeto

(6 Items)

Mapa III - Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas - 2.º ano, 1.º e 2.º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Turismo***2.1. Study Programme:***Tourism***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***Área de especialização IV - Gestão de Infraestruturas Turísticas***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***Area of specialization IV - Touristic Infrastructure Management***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2.º ano, 1.º e 2.º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd year, 1st and 2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Estágio / Internship	T	A	1260	0	45	Optativa
Relatório de Estágio / Final report	T	A	420	0	15	Obrigatória com o Estágio
Dissertação / Dissertation	T	A	1540	0	55	Optativa
Seminários de metodologias de apoio à	T	A	140	0	5	Obrigatória

Dissertação /Methodology seminars in support of the dissertation						com a Dissertação
Trabalho de Projeto / Project work	T	A	1540	0	55	Optativa
Seminários de metodologias de apoio ao projeto /Seminars of methodologies in support of the project	T	A	140	0	5	Obrigatória com o Projeto
(6 Items)						

3. Descrição e fundamentação dos objectivos, sua adequação ao projecto educativo, científico e cultural da instituição, e unidades curriculares

3.1. Dos objectivos do ciclo de estudos

3.1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos:

O curso de mestrado em Turismo é uma oferta da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, com a colaboração da Faculdade de Economia e do Instituto Superior de Engenharia, tendo como principais objetivos:

- Proporcionar aos estudantes uma aprendizagem de elevada qualidade, baseada num programa coerente e integrado de ensino do turismo e possibilitar a sua aplicação a quatro áreas específicas, nomeadamente ao marketing turístico, à gestão de operações, ao turismo e cultura e à gestão de infraestruturas turísticas;*
- Desenvolver o espírito científico e capacidade de reflexão crítica que permitam o desenvolvimento de uma atitude pró-ativa, antecipando problemas e criando soluções criativas e inovadoras;*
- Formar profissionais conhecedores e competentes na área do turismo e na sua aplicação às áreas de especialização que integram o do ciclo de estudos.*
- Incentivar a investigação aplicada em Turismo e a progressão para a formação avançada nesta área ao nível do terceiro ciclo.*

3.1.1. Generic objectives defined for the study programme:

The master's degree in Tourism is offered by the School of Management, Hospitality and Tourism, with the collaboration of the Faculty of Economics and the Institute of Engineering, all part of the University of the Algarve. Its main objectives are:

- To provide students with a high-quality learning experience, based on a coherent and integrated programme of tourism education, and enabling its application to four specific areas: Tourism Marketing, Operations Management, Tourism, Culture and Heritage, Management of Tourism Infrastructures;*
- To develop the scientific spirit and critical thinking skills, enabling the development of a proactive attitude, anticipating problems and creating creative and innovative solutions;*
- To train professionals to be knowledgeable and competent in the area of tourism and in the areas of specialization of the study cycle;*
- To encourage applied research in tourism and the progression to advanced training in this area at the level of the third cycle.*

3.1.2. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes:

Uma vez concluído o ciclo de estudos, os estudantes devem:

- Dominar uma instrumentação teórico-metodológica que lhes faculte a apreensão das tendências mais importantes do turismo contemporâneo e aplicarem-na às respetivas áreas de especialização*
- Demonstrar evidências de um percurso de autonomia intelectual, traduzida quer na capacidade para a pesquisa teórica ou empírica, plasmada na produção de trabalhos de dissertação, ou, numa vertente mais profissionalizante, na construção de trabalhos de projeto ou relatórios finais de curso*
- Estar aptos para promoverem uma maior articulação entre os vários setores de produção, circulação e consumo turísticos, de modo a poderem desenvolver experiências turísticas dotadas de inovação e de qualidade*
- Evidenciar capacidade crítica, quer ao nível estratégico quer operacional, que lhes permita detetar e antecipar problemas, dando-lhes resposta através de soluções inovadoras e consistentes, num quadro de exercício profissional mais qualificado*

3.1.2. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be developed by the students:

Once the course of study has been completed, students should be able to:

- Fully understand and use theoretical-methodological instruments that provide them with the understanding of the most important trends of contemporary tourism and be able to apply that knowledge in the respective areas of expertise;*
- Demonstrate evidence of intellectual autonomy, in the capacity for theoretical or empirical research necessary for the production of work or a dissertation, or, in a more professional aspect, in the construction of final projects and reports;*
- Promote greater coordination between the various sectors of production, distribution and consumption of interest so that they can develop tourist experiences with innovation and quality;*
- Highlight a critical capacity, both at the strategic and operational level, enabling them to detect and anticipate problems, delivering solutions through innovative and consistent approaches, within a framework of more qualified professional practice.*

3.1.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa face à missão da instituição:

Os objetivos definidos para o ciclo de estudos inserem-se na estratégia da oferta formativa da instituição que contempla, num dos seus eixos de desenvolvimento prioritários, a área do turismo, na qual o presente ciclo de estudos se insere. Em concreto, o ciclo de estudos em Turismo vai ao encontro de uma preocupação expressa no Plano Estratégico da instituição que visa assegurar a definição da sua oferta formativa deduzida da interlocução com saberes de importante instrumentação para as necessidades do Algarve, região turística, por excelência. O aumento da competitividade no sector do turismo a nível internacional obriga os destinos turísticos a terem uma política constante de valorização dos seus recursos humanos, capacitando-os para o desenvolvimento de uma intervenção socioprofissional inovadora e de elevado valor acrescentado, como forma de garantir a sua competitividade a nível internacional.

A concretização dos objetivos definidos para o ciclo de estudos é implementada, entre outros aspetos, assegurando que:

- a) As unidades curriculares, num largo espetro que vai desde as que se propõem conhecer o turismo como fenómeno social, àquelas que o visualizavam como campo de instrumentação económica, reflitam as tendências mais atuais do saber na área, quer a nível de conteúdos quer a nível de metodologias e que, ao mesmo tempo, espelhem o desejável ajustamento às necessidades da realidade envolvente. As unidades curriculares integram, de forma explícita, visitas de estudo, favorecidas pela perspetiva de que o Algarve, enquanto principal espaço turístico nacional, num país que se afirma cada vez mais no contexto mundial como um dos principais destinos turísticos, é um “laboratório” de conhecimento, um campo de excecional potencialidade que importa explorar para testar os recursos heurísticos do turismo e suas possibilidades explicativas e interpretativas.*
- b) O ciclo de estudos está organizado no sentido de permitir, de uma forma coerente e consistente, tanto a integração dos mestrandos no mercado de trabalho quanto a sua progressão para estudos a nível do 3.º ciclo, oferecidos pela instituição.*
- c) A proximidade com o setor do turismo é igualmente reforçada através de parcerias institucionais e contactos existentes em território nacional e internacional.*

Finalmente, o ciclo de estudos está alinhado com a missão da instituição, uma vez que esta poderá contribuir para a melhoria da capacidade de resposta relativa aos desafios que se colocam à comunidade em que está inserida, e para antecipar e responder a mudanças sociais, científicas e tecnológicas, contribuindo para que o destino turístico Algarve possa manter a sua competitividade em termos internacionais, sem prejuízo de uma vocação nacional e internacional que o mesmo pretende potenciar, numa perspetiva de contributo à consolidação de uma economia sustentável, cada vez mais ligada à necessidade da união entre os mundos académico e empresarial.

3.1.3. Insertion of the study programme in the institutional training offer strategy against the mission of the institution:

The objectives defined for the course of study are implicit in the formative offer strategy of the institution that contemplates, in one of its priority development areas, the area of tourism, which this cycle of studies fits in. In concrete, the cycle of studies in tourism meets a concern expressed in strategic planning documents of the institution which aims to ensure that its formative offer is in line with important needs assessment that has been done, concerning the Algarve tourist region. Increased competitiveness in the tourism sector at the international level requires tourist destinations to have a constant policy of investment in the professional and scientific skills of its human resources, enabling them to develop an innovative socio-professional intervention and of high added value, in order to ensure its competitiveness at international level.

Achieving the goals defined for the study cycle that is being proposed, ensures, among other aspects, that:

- a) Course units cover a wide spectrum, ranging from the understanding of tourism as a social phenomenon, to viewing tourism as an economic instrument, reflecting the most current trends of knowledge in the area, both at the level of content and methodologies that, at the same time, reflect the desirable adjustment to the needs of the surrounding reality. Course units integrate, in an explicit way, study visits, favored by the perspective of the Algarve, as the main national tourist region, in a country that increasingly plays a role in the world context as a major tourist destination, is a "laboratory" of knowledge, an exceptionally located potentiality that must be exploited to test the heuristic capabilities of tourism and its explanatory and interpretative possibilities.*
- b) The course of study is organized in order to allow, in a coherent and consistent manner, both master student's integration in the labour market as the progression to third cycle level studies, offered by the institution.*
- c) The proximity to the tourism sector is also strengthened through institutional partnerships and existing contacts in national and international territory.*

Finally, the course of study is aligned with the Mission of the institution, since this may contribute to the improved responsiveness on the challenges facing the community in which it operates, and to anticipate and respond to social change, science and technology, contributing to the Algarve tourist destination can maintain its competitiveness in international terms without prejudice to national and international vocation which it intends to promote, in a perspective of contribution to the consolidation of a sustainable economy, increasingly linked to the necessity of union between the academic and business worlds.

3.2. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da Instituição

3.2.1. Projeto educativo, científico e cultural da Instituição:

O projeto educativo, científico e cultural da instituição encontra-se expresso no artigo 2.º dos Estatutos da Universidade do Algarve e estabelece que “a Universidade do Algarve é um centro de criação, transmissão e difusão da cultura e do conhecimento humanístico, artístico, científico e tecnológico, contribuindo para a promoção cultural e científica da sociedade, com vista a melhorar a sua capacidade de antecipação e resposta às alterações sociais, científicas e tecnológicas, para o desenvolvimento das comunidades, em particular da região do Algarve, para a coesão social, promovendo e consolidando os valores da liberdade e da cidadania”.

E é em ordem à prossecução destes objetivos que, no artigo 3.º dos seus Estatutos, a Universidade, para prossecução

da sua missão, ao ter como finalidade primeira da sua ação educativa a qualificação e promoção académico-profissional dos seus formandos, atendendo sempre a requisitos de qualidade, adequação ao mundo do trabalho e atualidade face aos constantes avanços proporcionados pela ciência e tecnologia, define como atribuições suas:

- 1) A formação humanística, cultural, artística, científica, técnica e profissional;
- 2) A realização de investigação científica de alto nível e o desenvolvimento experimental, promovendo a difusão dos seus resultados e a valorização social e económica do conhecimento e da inovação organizacional;
- 3) A colaboração com entidades públicas e privadas;
- 4) A promoção da internacionalização das suas atividades;
- 5) A criação de instrumentos de promoção, sustentabilidade e avaliação, interna e externa da qualidade e de prestação de contas, baseados em padrões reconhecidos e comparáveis no plano internacional.

Deste articulado inferem-se dois aspetos centrais relativamente ao modo como este mestrado se insere no projeto educativo da Universidade: o primeiro diz do facto de ele adentrar uma política de ensino que tem como preocupação central a qualificação profissional de alto nível dos seus formandos, em sede de 1.º, 2.º e 3.º ciclo de estudos, formação pós-graduada, formação especializada e formação contínua orientados por uma filosofia de produção de conhecimento em ligação à sociedade envolvente; o segundo remete para o facto de a especificidade deste ciclo de estudos constituir um marco granjeador da identidade e reconhecimento da vida académica da Universidade, isto é, um dos corolários do carácter próprio e diferenciador que a instituição busca, no que respeita ao desenvolvimento científico, cultural, económico e social, que tem o turismo como área central do conhecimento, inscrito numa política de ensino que se pretende ativa e atuante na sua constituição como parceiro válido e imprescindível no desenvolvimento e progresso da nossa sociedade.

3.2.1. Institution's educational, scientific and cultural project:

The educational, scientific and cultural project of the institution is expressed in article 2 of the Statutes of the University of the Algarve and mentions that "the University of the Algarve is a centre of creation, transmission and dissemination of culture and humanistic, artistic, scientific and technological knowledge, contributing to the cultural and scientific promotion of society, to improve the ability to anticipate and respond to social, scientific and technological changes, to the development of communities, in particular in the region of the Algarve, and to social cohesion, promoting and consolidating the values of freedom and citizenship".

It is in the pursuit of these goals that, in article 3 of its statutes, the University, in order to continue its mission aimed primarily at the enhancement of the educational qualifications and academic-professional skills of its graduates, attending continually to quality, to adequacy to the world of work and to timeliness vis-à-vis the constant advances provided by science and technology, defines as its priorities:

- a) humanistic, cultural, artistic, scientific, technical and professional training;
- b) the realization of high-level scientific research and experimental development, promoting the dissemination of its results and the social and economic value of knowledge and organizational innovation;
- c) collaboration with public and private entities;
- d) internationalization of its activities;
- e) the creation of tools for promotion, sustainability and evaluation, for internal and external quality and accountability, based on standards that are recognized and comparable at international level.

Taking this into account, there are two central aspects concerning how this master programme is part of the educational project of the University:

The first is the fact that there is a School policy whose main concern is the high-level professional qualification of its students, in the 1st, 2nd and 3rd cycles of studies, and in postgraduate training, specialist training and continuing training guided by a philosophy of knowledge production in connection to the surrounding society;

The second refers to the fact that the specificity of this cycle of studies constitutes a milestone in relation to the identity and recognition of the academic life of the University, i.e. one of the corollaries of the institution's differentiation, with regard to the scientific, cultural, economic and social development, which has tourism as a central area of knowledge, applies to education policy intended to be active as a valid and essential partner in the development and progress of our society.

3.2.2. Demonstração de que os objetivos definidos para o ciclo de estudos são compatíveis com o projeto educativo, científico e cultural da Instituição:

A Universidade, como espaço de construção do conhecimento e pilar de edificação de identidades pessoais e sociais, ao conceber o seu projeto educativo a partir das exigências académico-profissionais do contexto atual do ensino superior, das idiossincrasias da comunidade educativa, dos desafios que quotidianamente são colocados à sociedade atual pelo fenómeno da globalização, que não se dissocia das transformações societárias assinaladas por mudanças rápidas e imprevisíveis, de contornos plasmadas em processos vários de que a própria translocalização turística não se descarta, só pode ser sensível à oportunidade da emergência deste mestrado, por ser absolutamente consentâneo com o seu projeto mais amplo, enquanto comunidade educativa.

Com efeito, a este processo soma-se, por um lado, o pressuposto de que os objetivos visados enquadram-se no projeto educativo, científico e cultural da instituição, considerando que estes pugnam pela formação de profissionais conhecedores e competentes, numa perspetiva de formação integrada e norteada por valores humanistas, por outro, o facto de ele responder com assertividade, oportunidade e criatividade aos constantes desafios decorrentes de uma nova conceção de espaço e de tempo, que impõe novas exigências e desafios ao ensino superior. Se o plano de estudos já constitui, em si mesmo, um marco potenciador da formação global dos alunos e o diálogo académico entre as diferentes áreas do conhecimento orientando-os, numa perspetiva interdisciplinar, para o estudo, a análise, o saber e o indispensável espírito empreendedor para poderem dar um contributo positivo à sociedade, ele está dotado de uma idiossincrasia precisa ao conferir uma ênfase especial à inovação, quer em termos de conteúdos das unidades curriculares, quer em termos metodológicos, privilegiando uma maior proximidade com o "laboratório natural" que o Algarve representa.

Na sua composição curricular, não é demais acentuar os esforços presentes na conceção de um plano de estudos que procurou edificar uma composição harmónica entre os domínios dos saberes que visam a abordagem do turismo

como fenómeno social, àquelas que o visualizavam como campo de instrumentação económica. Constituindo-se o “campo” turístico um espaço de interlocução multidimensional, justificar-se-ia que o presente ciclo de estudos tivesse, igualmente, a preocupação de integrar na sua estrutura realidades empresariais e organizacionais que habitualmente são tidas como espaços de trabalho dotados de alguma dificuldade de articulação, mas, que através de um maior diálogo e proximidade, podem colher benefícios mútuos significativos, indo ao encontro de uma das atribuições expressas da Universidade do Algarve que é a promoção da colaboração entre diferentes entidades, nomeadamente entre entidades públicas e privadas.

3.2.2. Demonstration that the study programme's objectives are compatible with the Institution's educational, scientific and cultural project:

The University, as a space of knowledge construction and a pillar for the building of personal and social identities, delineates its educational project from the academic and professional requirements of the current context of higher education, the idiosyncrasies of the educational community, and the challenges that are put on a daily basis to contemporary society due to the phenomenon of globalization. This proposal for a new master's level programme is absolutely in line with the wider project of the University of the Algarve and that of the educational community. Indeed, this process addresses, on the one hand, the assumption that the targeted goals fit within the educational, scientific and cultural project of the institution, through training of knowledgeable and competent professionals in a perspective of integrated training guided by humanist values. On the other hand, it also responds with assertiveness, opportunity and creativity to the constant challenges of a new conception of space and time imposing new requirements and challenges to higher education. If the plan of studies constitutes in itself a landmark in the academic dialogue between the different areas of knowledge, guiding students in an interdisciplinary perspective, for the study, analysis, knowledge and the necessary entrepreneurial spirit to make a positive contribution to society, it is endowed at the same time with a much needed idiosyncrasy, by giving a special innovative emphasis in both curricular and methodological terms.

In terms of the curriculum, it is of utmost importance to emphasize the efforts present in the design of a study plan that sought to build a harmonious balance between the domains of knowledge aimed at approaching tourism as social phenomenon, in contrast with those view it primarily as an economic instrument.

If we understand the tourist "field" as a multidimensional space of interlocution, it is justifiable that this cycle of studies is also concerned to incorporate business realities and aspects of the organizational structure of workspaces that are usually considered difficult to articulate, but which through greater dialogue and proximity can reap significant mutual benefits, contributing to the achievement of one of University of the Algarve's strategic objectives, which is the promotion of collaboration between different entities, in particular between public and private sectors.

3.3. Unidades Curriculares

Mapa IV - Dinâmicas do Sistema Turístico

3.3.1. Unidade curricular:

Dinâmicas do Sistema Turístico

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Cláudia Margarida Brito Ribeiro de Almeida (15h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Francisco Manuel Dionísio Serra (15h)

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

O Turismo é um setor bastante abrangente onde interagem atores de distintas realidades empresariais, conferindo-lhe um grau de complexidade muito peculiar.

Esta unidade curricular visa analisar e avaliar a dinâmica do sector do ponto de vista sistémico e operacional, demonstrando as relações existentes entre os stakeholders ao longo de todo o sistema turístico e salientar a complexidade do fenómeno turístico e a interdisciplinaridade que caracteriza o conhecimento científico.

Avaliam-se as especificidades de cada componente do sistema turístico e apresentam-se algumas das ferramentas que podem ser utilizadas para a sua avaliação, fornecendo instrumentos de intervenção para a gestão otimizada e diversificação da procura e oferta turística.

A análise de estudos de caso de destinos turísticos nacionais e internacionais permitirá avaliar a dinâmica do sector, com vista a formar agentes com capacidade de intervenção ao nível da conceção, planeamento e gestão de projetos em turismo.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Tourism is a complex industry where different business actors and contexts interact.

This curricular unit aims at analyzing the dynamics of the tourism industry from a systemic and operational point of view, in order to demonstrate the various relationships between the several stakeholders in the tourism system and to emphasize the complexity of the tourism phenomenon and its interdisciplinary nature.

The students will learn about the specifics of each of the components of the tourism system as well as some of the management tools that can be used to assess these components, thus providing intervention tools for optimized management and diversification of supply and demand in tourism.

Critical analysis of case studies about several national and international tourist destinations will allow evaluating all

the dynamics of this sector in order to develop agents capable of intervening at the level of design, planning and project management, within tourist activities.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. O sistema turístico
2. Dinâmicas do sistema turístico
3. Intervenientes do sistema turístico
4. Contribuição, importância e especificidades da intermediação em turismo

3.3.5. Syllabus:

1. The tourism system
2. Tourism system dynamics
3. The stakeholders of the tourism system
4. Contribution, importance and specificities of intermediation in tourism

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Pretende-se que esta unidade curricular permita aos estudantes compreenderem toda a dinâmica inerente ao sector do turismo nacional e internacional, suscitando o debate a reflexão sobre os problemas atuais e futuros do sector. Os mestrandos deverão desenvolver capacidades de análise crítica, criatividade, oralidade e interatividade.

No final da unidade curricular espera-se que o mestrando seja capaz de:

- Compreender a estrutura e a dinâmica do sistema turístico;
- Entender como é que o sistema turístico funciona;
- Identificar as especificidades das principais componentes do sistema turístico;
- Aprender os principais problemas atuais e futuros do sector do turismo em território nacional e internacional.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

At the end of the curricular unit, students will be able to understand the dynamics of national and international tourism industry, discuss tourism problems and the future of this industry. The students are expected to develop critical analysis skills.

At the end of the curricular unit students must be able to:

- Understand the structure and dynamics of the tourism industry;
- Understand how the tourism industry works;
- Identify the specifics of the main components of the tourism industry;
- Discuss the main problems and future of domestic and international tourism sector.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular de Dinâmicas do Sistema Turístico adota como métodos de ensino a exploração de modelos sistémicos para efeitos de planeamento e gestão estratégica, exposição e discussão de casos, estudos de caso, dinâmicas de grupo, apresentação e análise de trabalhos de grupo.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The curricular unit of Tourism System Dynamics adopts the following teaching methods: analysis of systemic models for planning and strategic management, oral presentations and critical discussion of case studies, group dynamics, oral presentations and analysis of group work assignments.

The assessment of this course will be divided between an open-book exam (60%) and a group work assignment (40%).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As aulas teóricas, intercaladas com casos práticos e o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito promovem a compreensão sobre as componentes e características, do sistema turístico conforme indicado nos pontos 1 a 3 do programa, permitindo aos estudantes aplicar conceitos sistémicos, nomeadamente:

- Relativos aos mercados emissores;
- Relativos aos destinos turísticos;
- Relativos às regiões de trânsito;
- Relativos à organização estrutural das atividades turísticas;
- Relativos às opções estratégicas da gestão dos destinos turísticos;
- Relativos à promoção e aos enquadramentos legais que influenciam os fluxos turísticos internos e externos.

A exploração de modelos de gestão estratégica com vista à capacitação para tomadas de decisão através da exposição, discussão de casos e dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais está intrinsecamente relacionada com a temática dos pontos 3, 4 e 5, por se tratar de uma matéria que requer um elevado nível de competência técnica e analítica, especialmente no que se refere à integração e coordenação de diversas entidades públicas e privadas e à capacidade de explorar as oportunidades relacionadas com os consumidores e concorrentes, permitindo encorajar e promover o sucesso com base na competitividade e na excelência das experiências proporcionadas, promovendo a existência de visões partilhadas sobre as principais orientações de médio e longo prazo e as decisões baseadas em conhecimento interdisciplinar e integrado, como é indispensável neste tipo de enquadramentos.

A aplicação em sala de aula, dos diversos tópicos relacionados com a teoria dos sistemas e com os comportamentos estruturais no turismo e a sua passagem para o contexto prático das operações turísticas mediante o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito, a exploração de modelos de gestão com

vista à capacitação para tomadas de decisão através da exposição e discussão de casos, dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais e apresentação de trabalhos de grupo, que é uma prática institucionalizada nos diversos ciclos de estudos oferecidos na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve e que tem demonstrado excelentes resultados de aprendizagem, são mais um exemplo de adequação das metodologias de ensino coerentes com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The classes, where case studies will be critically analyzed and specifically developed ICT tools will be used, promote understanding of the components and features of the tourist system as indicated in paragraphs 1 to 3 of the syllabus, allowing students to apply systemic concepts, namely:

- *Concerning issuing markets;*
- *Concerning tourist destinations;*
- *Concerning the transit regions;*
- *Concerning the structural organization of tourist activities;*
- *Concerning the strategic options of management of tourist destinations;*
- *Promotional and legal frameworks that influence internal and external tourism flows.*

The analysis of strategic management models aims at enhancing decision-making skills through oral presentations, discussion of case studies and group dynamics, with a view to operational decision-making as indicated in numbers 3, 4 and 5 of the syllabus plan. This requires a high level of technical and analytical competence, namely concerning the integration and coordination of various public and private entities and the ability to explore opportunities related to consumers and competitors, encouraging and promoting the success based on competitiveness and excellence of the experiences offered by promoting the existence of shared views on major medium and long-term orientations and decisions based on interdisciplinary and integrated knowledge, as it is essential in this type of framework.

In the classroom, the application of the several topics of the systems theory and of the structural behavior in tourism, in the context of tourism operations, through the use of tools specifically developed for this purpose, together with management models planned to develop capacity-building for decision-making through analysis and discussion of case studies, and group dynamics with a view to operational decision-making and presentation of group works (an institutionalized and successful practice in the various cycles of studies offered at the School of Management, Hospitality And Tourism at the University of the Algarve) are examples of the adequacy of the teaching methodologies to the learning objectives of the curricular unit.

3.3.9. Bibliografia principal:

- Almeida, C. (2010). Aeroportos e turismo residencial. Do conhecimento às estratégias. Editorial Novembro.*
- Baggio, R. (2008). Symptoms of Complexity in a Tourism System. Tourism Analysis, 13(1), 1-20.*
- Beni, M. (2004). Análise Estrutural do Turismo. Ed. Rio de Janeiro: Senac.*
- Farrell, B. H., & Twining-Ward, L. (2004). Reconceptualizing Tourism. Annals of Tourism Research, 31(2), 274-295.*
- Jafari, J. (1985). Tourism system a theoretical approach to the study of tourism. University Microfilms, Ann Arbor, Mich.*
- Mill, R.C. & Morrison, A. (2007). The Tourist System, Dubuque: Kendall Hunt Publishing.*
- Serra, F. (2003). Modelización del sector turístico y simulación de estrategias mediante Dinámica de Sistemas. Aplicación al Algarve Português. Dissertação de Doutoramento apresentada na Universidade de Huelva (Espanha);*
- Walker, P.A., Greiner, R., McDonald, D., & Lyne, V. (1999). The Tourism Futures Simulator: a systems thinking approach. Environmental Modeling and Software, 14(1), 59-67.*

Mapa IV - Turismo e Administração / Business of Tourism

3.3.1. Unidade curricular:

Turismo e Administração / Business of Tourism

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Rosária Luísa Gomes Pereira (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Dotar os alunos de conhecimentos básicos essenciais no processo de gestão das organizações da indústria turística. Fornecer aos alunos uma perspetiva global dos principais instrumentos e técnicas de análise da envolvente global e seu impacto nas organizações turística.

Compreender a importância da ética na gestão das organizações, com particular ênfase na indústria turística.

Proporcionar aos alunos conhecimentos teórico-práticos sobre o papel da responsabilidade social das empresas na sociedade;

Fomentar e motivar desenvolvimento de atitude empreendedora, de iniciativa e busca de oportunidades

Desenvolver uma compreensão crítica sobre a forma como as empresas turísticas trabalham, como interagem com o ambiente local, nacional e internacional e como são geridas por forma a criar valor para os seus stakeholders.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The aims of the curricular unit are:

to provide the essential basic knowledge in management of tourism organizations;
to develop a global perspective of the main tools and techniques used to analyze the environment and its impact on tourism organizations;
to understand the importance of ethics in the management of organizations, with particular emphasis on the tourism industry;
to understand the role of corporate social responsibility;
to foster and encourage the development of an entrepreneurial, initiative and seeking opportunities attitude;
to develop a critical understanding of how tourism businesses work, how they interact with the local, national and international environment and how they are managed so they create value for the stakeholders.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Sensibilização e enquadramento geral*
2. *As organizações turísticas e a gestão.*
 - 2.1. *Conceitos.*
3. *Ética na gestão e responsabilidade social das organizações no contexto da indústria turística*
4. *Empreendedorismo e inovação empresarial*
 - 4.1. *O papel do empreendedorismo na indústria turística*
 - 4.2. *O empreendedorismo e o plano de negócios*
 - 4.3. *Estudo de caso*
5. *Funções e intervenientes na gestão em contexto turístico*
6. *Dinâmicas turísticas em Portugal*
7. *Planeamento estratégico e processo de decisão em gestão turística*
 - 7.1. *Diagnóstico da envolvente externa da indústria turística*
 - 7.2. *Diagnóstico da envolvente interna*
 - 7.3. *Implementação de planos estratégicos.*
8. *Negociação: princípios e estratégias*
 - 8.1. *Estudo de caso*
9. *Networking: tipos de redes e redes de cooperação*
10. *Globalização e internacionalização das empresas turísticas*

3.3.5. Syllabus:

1. *Overview*
2. *Tourist organizations and management.*
 - 2.1. *Concepts.*
3. *Ethics and social responsibility in the management of organizations in the tourism industry*
4. *Entrepreneurship and business innovation*
 - 4.1. *The role of entrepreneurship in tourism industry*
 - 4.2. *Entrepreneurship and business plan*
 - 4.3. *Case study*
5. *Functions and stakeholders in tourism management in context*
6. *Tourism dynamics in Portugal*
7. *Strategic planning and decision-making in tourism management*
 - 7.1. *Diagnosis of the external factors*
 - 7.2. *Diagnosis of the inner factors*
 - 7.3. *Implementation of strategic plans.*
8. *Negotiation: principles and strategies*
 - 8.1. *Case study*
9. *Networking: types of networks and cooperation networks*
10. *Globalization and internationalization of tourism businesses*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Nesta unidade curricular em que se pretende instruir os estudantes de mestrado em turismo sobre os objetivos, constituição, estrutura e funcionamento das organizações que operam na indústria do turismo, incluem-se como conteúdos o estudo das organizações turísticas e a gestão turística para que os estudantes tenham a noção de como funcionam as organizações turísticas assim como os vários agentes que operam nesta indústria – da relação entre o setor público e setor privado, nomeadamente no que toca ao planeamento e processo de tomada de decisão. É também incluído no programa a ética e responsabilidade social para facilitar a compreensão das técnicas e instrumentos de gestão aplicadas a empresas turísticas.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

This course unit, which focuses on the objectives, structure and functioning of the organizations operating in the tourism industry, includes the study of tourism organizations and tourism management. Therefore, students will become familiar with tourism organizations as well as with the various players operating in this industry – e.g. the relationship between the public and private sector, particularly with regard to planning and decision-making process. The course, also, includes ethics and social responsibility to facilitate the understanding of how management techniques and tools apply to tourism businesses.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teóricas, intercaladas com casos práticos. Ao longo da unidade curricular serão tratados em sala de aula os diversos tópicos relacionados com a aplicação das teorias da Gestão e Administração ao contexto do turismo, a exploração de modelos com vista à capacitação para tomadas de decisão, o que se conseguirá através da exposição e discussão de casos, dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais e apresentação de trabalhos de grupo.

A avaliação desta unidade curricular será dividida entre um exame com consulta (60%) e um trabalho de grupo (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The methodology applied will range from theoretical lessons to analysis of case studies. Throughout the course, the various theories of Management and Administration applied to the tourism context will be addressed. In the classroom, business models will be explored in order to build the capacity of students to understand topics related to the decision-making process. Also, oral presentations and discussion of case studies and group dynamics will be held. Students will be asked to take operational decisions and present group works.

The assessment of this course will be divided between an open-book exam (60%) and a group work (40%).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As aulas teóricas, intercaladas com casos práticos promovem a compreensão de todo o processo de tomada de decisão de gestão e administração, conforme indicado no ponto 1 a 7 do programa, no contexto do turismo descritas e contextualizadas nos pontos 8, 9 e 10, permitindo aos estudantes aplicar conceitos e técnicas específicas.

A exploração de modelos de gestão com vista à capacitação para tomadas de decisão através da exposição, discussão de casos e dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais está intrinsecamente relacionada com a temática dos pontos 4 a 8, por se tratar de uma matéria que requer um elevado nível de competência técnica e analítica, especialmente no que se refere à integração e coordenação entre o setor público e o setor privado e à capacidade de explorar as oportunidades relacionadas com os consumidores e concorrentes, permitindo encorajar e promover o sucesso com base na competitividade e na excelência do serviço e promovendo as boas práticas do trabalho e as decisões em contexto de equipa, interdisciplinar e integrada, como é indispensável neste tipo de operações.

A aplicação em sala de aula, dos diversos tópicos relacionados com as Teorias da Gestão ao contexto do turismo mediante a exploração de modelos com vista à capacitação para tomadas de decisão através da exposição e discussão de casos, dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais e apresentação de trabalhos de grupo, que é uma prática institucionalizada nos diversos ciclos de estudos oferecidos na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve e que tem demonstrado excelentes resultados de aprendizagem, são mais um exemplo de adequação das metodologias de ensino coerentes com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The lectures include analysis of case studies, and promote the understanding of the whole process of decision-making in management and administration as indicated in numbers 1 to 7 of the syllabus plan and in the context of tourism as described in numbers 8, 9 and 10, allowing students to apply concepts and specific techniques.

The analysis of management models in order to develop the capacity for decision-making, through the discussion of case studies and group dynamics aiming at taking operational decisions, is intrinsically related to topics 4 to 8. These topics require a high level of technical and analytical skills, especially with regard to the integration and coordination between the public sector and the private sector. Lectures will also focus on the ability to take opportunities related to consumers and competitors, to encourage and promote success based in competitiveness and service excellence, to promote good labor practices and to make decisions in the context of interdisciplinary, and integrated, team work that is essential in this type of operations.

In the classroom, the application of the several topics related to tourism management includes exploring models to develop decision-making skills through the presentation and discussion of case studies and group dynamics. This approach aims at taking operational decisions and the presentation of group work, which is an established practice in the various courses of study offered in the School of Management, Hospitality and Tourism, University of Algarve, has shown excellent learning outcomes and it is another example of the appropriateness of the teaching methodologies with the learning objectives of the curricular unit.

3.3.9. Bibliografia principal:

- Baron, R.A.; Shane, S.A. (2007), Empreendedorismo: Uma Visão do Processo, São Paulo: Thompson Learning*
- Barrows, C.; Powers, T. (2009), Introduction Management in The Hospitality Industry (9ª ed.), NJ: John Willey & Sons.*
- Bucha, A.I. (2009), Empreendedorismo, Aprender a Saber Ser Empreendedor, Editora hr.*
- Carvalho, J.E. (2011), Gestão de Empresas – Princípios Fundamentais, Ed. Sílabo.*
- Cunha, L. (2013), Introdução ao Turismo (5ª ed), Lisboa: LIDEL.*
- Holloway, J.C.; Humphrey, C. (2012), The Business of Tourism (9ª ed), NJ: Pearson.*
- McIntosh, R.W.; Goeldner C.R.; Richie, J.R. (2009), Tourism, Principles, Practices, Philosophies (7ª ed), NJ: John Willey & Sons.*
- Mill, R.C.; Morrison, A.M. (2012), The Tourism System (7ª ed), Dubuque: Kendall Hunt.*
- Ritchie, J.; Crouch, G. (2003), The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective, Cabi Publishing.*
- Robinson, P. (2012), Tourism: The key Concepts, Oxon: Routledge.*
- Sharma, K.K. (2004), World Tourism Today, New Delli: Sarup & Sons.*

3.3.1. Unidade curricular:*Turismo e Ciências Sociais / Tourism and Social Sciences***3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***José Manuel Figueiredo Santos (30h)***3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***N/A***3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Esta unidade curricular visa contribuir para munir os mestrandos com conhecimentos estruturantes acerca do turismo, enquanto área multidimensional do conhecimento.**Nesse sentido, propõe-se avaliar o contributo das várias disciplinas das Ciências Sociais para a construção do conhecimento na área do Turismo.**Preconiza-se que os conteúdos programáticos operacionalizem, com coerência, os objetivos da UC, permitindo um debate intenso com um conjunto significativo de saberes teórico-metodológicos e empíricos que enformam o Turismo, associados à discussão da necessidade da sua renovação teórica e conceptual.***3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***This course aims at promoting structured knowledge about tourism, as a multidimensional area of knowledge.**Accordingly, the curricular unit assesses the contributions of various social sciences disciplines to the construction of knowledge in the field of Tourism.**The syllabus plan operationalizes the curricular unit objectives, allowing an intense debate with a significant body of theoretical, methodological and empirical knowledge that shapes the tourism industry, associated with the discussion of the need for their theoretical and conceptual renewal.***3.3.5. Conteúdos programáticos:****CONTEXTUALIZAÇÃO DA COMPREENSÃO DO TURISMO***Apontamentos para uma análise da atualidade**Revisitação de conceitos filosóficos, sociais e antropológicos**Abordagem teórico-conceptual do Turismo**O turismo como objeto de estudo das ciências sociais**A multidimensionalidade do turismo**Análise das principais visões correntes do turismo**Teorias internas ou sistémicas**Externas**Mistas***CONTRIBUTOS PARA UMA ANÁLISE INTEGRADA DO TURISMO***Eixos da subjetivação, retórica e institucionalização**Passagens de fronteiras.**Destinos, trajetos e fluxos**As Ciências Sociais e o conhecimento em turismo**Das abordagens do turismo como fenómeno social, às que o visualizam como campo de instrumentação económica.**Da História, à Geografia, à Antropologia, à Sociologia, à Psicologia, às Ciências da Comunicação, passando pela Economia, Gestão e Estudos Ambientais***3.3.5. Syllabus:****1. BACKGROUND TO UNDERSTAND TOURISM***1.1. A brief analysis of tourism today**1.2. Revisitation of philosophical social and anthropological concepts***2. CONCEPTUAL APPROACH TO TOURISM***2.1. Tourism as a study subject in the social sciences**2.2. The multidimensionality of tourism***3. ANALYSIS OF MAJOR CURRENT VIEWS OF TOURISM***3.1. Internal or systemic theories**3.2. External**3.3. Mixed***4. CONTRIBUTIONS TO AN INTEGRATED ANALYSIS OF TOURISM***4.1. Axes of subjectivity, rhetoric and institutionalization**4.2. Border crossings.**4.3. Destinations, paths and flows***5. SOCIAL SCIENCES AND KNOWLEDGE IN TOURISM***5.1. Approaches to tourism as a social phenomenon**5.2. From History, geography, anthropology, sociology, psychology, communication sciences, through Economics, Management and Environmental Studies.***3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Preconiza-se que os conteúdos programáticos operacionalizem, com coerência, os objetivos da UC, permitindo um debate intenso com um conjunto significativo de saberes teórico-metodológicos e empíricos que enformam o Turismo,*

associados à discussão da necessidade da sua renovação teórica e conceptual.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus plan operationalizes the curricular unit objectives, allowing an intense debate with a significant body of theoretical, methodological and empirical knowledge that shapes the tourism industry, associated with the discussion of the need for their theoretical and conceptual renewal.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Adotam-se metodologias de ensino abertas, baseadas no pressuposto de que o estudante é capaz de se tornar protagonista no processo de construção de seu conhecimento. Procurar-se-á equilibrar a ação grupal e o esforço individual, e promover a adaptação do ensino aos estudantes. As sessões propiciarão a discussão participada de temas e de textos, visionamento de videogramas e viagens de campo, aproveitando as potencialidades de uma região turística.

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT, de acordo com as Normas de Funcionamento e Regime de Avaliação dos Cursos de Mestrado.

40% - Atividades a desenvolver ao longo das aulas, que poderão ir de um ensaio individual sobre tema acordado, ou recensão de literatura internacional. Não serão consideradas se a classificação for inferior à do teste, passando este a valer 100%.

60% - Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal);

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Open teaching methods are adopted, based on the assumption that the student is able to be a protagonist in the construction of his/her knowledge process. The curricular unit will balance group action and individual effort, and to adapt the teaching process to students. This course will foster discussion of themes and texts, as well as the viewing of videos and the participation in field trips, considering that the Algarve is a tourism region with great potential. Assessment will be as established by the Rules of Operation and System for the assessment of ESGHT Master Courses.

40% - Classroom activities (an individual essay on an agreed topic, or a critical summary of the literature). These activities will not be considered if the grade is lower than the grade of test. If the grade is lower than the grade of the test, the test will count as 100%.

60% - Individual written test (to be held on the date of the 'época normal' exam);

100% - Resit exam and grade improvement exam.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Trata-se de uma Unidade Curricular que abre portas à análise dos diversos contributos disciplinares do conhecimento multidimensional do turismo, o que implica dar a conhecer uma visão integrada dessa experiência como forma de interlocução teórico-metodológica eficaz para a pesquisa.

Num primeiro momento, revisitam-se conceitos filosóficos, sociais e antropológicos, geradores de uma profusão de novos conhecimentos e novas abordagens teóricas. Posteriormente procura-se situar e dar sentido e significado ao turismo. Para a tentativa de compreensão da complexidade fenómeno turístico reveem-se as análises positivistas, sistémicas, fenomenológicas, marxistas, hermenêuticas, construídas em torno do turismo. Lançam-se, de seguida, os fundamentos teóricos de uma visão estruturada do turismo. Finalmente, analisam-se as diversas contribuições disciplinares para o objeto de conhecimento em apreço.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

This curricular unit opens doors to the analysis of various disciplinary contributions of multidimensional knowledge of tourism, which implies to inform an integrated vision of this experience as a way of theoretical and methodological dialogue for effective research.

Firstly, it will revisit philosophical, social and anthropological concepts, which will generate a wealth of new knowledge and new theoretical approaches. Secondly, it seeks to situate and give meaning and significance to tourism. Thirdly, in order to understand the complex tourism phenomenon, it will review the positivist, systemic, phenomenological, Marxist, and hermeneutical analysis that are built around tourism. In addition, the theoretical foundations of a structured view of tourism will be discussed. Finally, it analyzes the different disciplinary contributions to the knowledge of the object in question.

3.3.9. Bibliografia principal:

Cohen, E. e Cohen, S. (2012). Current sociological theories and issues in tourism, Annals of Tourism Research, 39, (4), 2177–2202.

Hall, C. (2013). Framing Tourism Geography: Notes From The Underground. Annals of Tourism Research, 43, 601–623.

Hall, C. e Page, S. (2009). Progress in Tourism Management: From the geography of tourism to geographies of tourism – A review. Tourism Management, 30, 3–16.

Holden, A., (2005). Tourism Studies and the Social Sciences, Routledge, London.

Pearce, P. (2011). The Study of the Foundations from Psychology, Tourism and Social Sciences Series, 15, pp.3-22, London: Emerald Group Publishing.

Pfarr, C. (2010). Concepts of Sustainable Development, Sustainable Tourism, and Ecotourism: Definitions, Principles, and Linkages. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 1(1), 68-71.

Smith, M. MacLeod, N. e Robertson, M. (2010). Economics of Tourism. In Smith, M. MacLeod, N. Robertson, M. Key concepts in Tourism Studies, (pp.49-53). London: Sage.

Mapa IV - Inovação em Turismo / Innovation in Tourism**3.3.1. Unidade curricular:***Inovação em Turismo / Innovation in Tourism***3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos – 30h***3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***N/A***3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Os objetivos da unidade curricular são:**Promover a compreensão dos fatores, internos e externos, que impulsionam e tornam imperativo a inovação no turismo como forma de criar e manter vantagens competitivas face à concorrência;**Contribuir para o entendimento do conceito de inovação e o reconhecimento da importância e natureza dinâmica da inovação em turismo;**Promover o conhecimento de diferentes modelos suscetíveis de suportar a inovação em turismo;**Capacitar para a reflexão crítica das tendências, conceitos e ideias que enformam as práticas atuais da inovação em turismo.**No final da unidade curricular, espera-se que o estudante seja capaz de:**Compreender o conceito de inovação e a sua aplicação ao turismo;**Identificar os fatores que enformam a inovação em turismo;**Reconhecer tendências suscetíveis de impulsionar e suportar inovação em turismo;**Levar a cabo tarefas de planeamento e gestão de inovação no âmbito da organização em que está inserido.***3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***The aims of the curricular unit are:**To promote the understanding of the internal and external factors, which make innovation in tourism imperative as a means to create and maintain competitive advantages;**To contribute to the understanding of the concept of innovation and the recognition of the importance and dynamic nature of innovation in tourism;**To promote the knowledge of the different models capable of supporting innovation in tourism;**To foster critical reflection of trends, concepts and ideas that characterize the current practices of innovation in tourism.**At the end of the course, the student must be able to:**Understand the concept of innovation and its application to tourism;**Identify the factors that influence innovation in tourism;**Recognize trends likely to boost and support innovation in tourism;**Carry out tasks of planning and management of innovation within the organization.***3.3.5. Conteúdos programáticos:**

1. Principais tendências, globais e específicas
2. O conceito de inovação e respetivas dimensões
3. As diferentes tipologias de inovação
4. Modelos de Inovação
5. Estudos de caso*.

**No âmbito da unidade curricular são realizados 2 field trips com o objetivo de os alunos tomarem conhecimento, in loco, de projetos de inovação implementados na região. É igualmente promovida a interação dos estudantes com os promotores e gestores dos respetivos projetos.*

3.3.5. Syllabus:

1. Main trends, specific and global
2. The concept of innovation and its dimensions
3. Different types of innovation
4. Models of Innovation
5. Case studies *

** Two field trips will be organized so students get acquainted, in situ, with innovation projects developed in the region. Students' interaction with the promoters and managers of the respective projects is also stimulated.*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Esta unidade curricular baseia-se no reconhecimento de que a inovação em turismo se tornou um imperativo como forma de fazer face ao aumento da competitividade neste sector. Paralelamente, é igualmente reconhecido que apenas inovando se consegue criar e manter vantagens competitivas face à concorrência num ambiente marcado por profundas alterações ao nível da procura turística, saturação dos principais mercados e pelo surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação. Neste sentido, para que os estudantes despertem para as questões relacionadas com os fatores que impulsionam, influenciam e tornam imperativa a inovação em turismo são trabalhados os conteúdos apresentados no ponto 1.

Dada a natureza abrangente do conceito em análise, torna-se necessário promover a compreensão das diferentes dimensões e tipologias subjacentes ao conceito de inovação que serão objeto de explanação nos pontos 2 e 3 dos conteúdos programáticos da unidade curricular.

É reconhecido que a inovação em turismo tem sido efetuada de uma forma pouco estruturada, tendo como principais consequências a falta de inovação generalizada que caracteriza o sector e a facilidade com que as tentativas de inovação por parte de algumas organizações foram copiadas pelos concorrentes. Com vista a fornecer aos estudantes ferramentas que permitam suportar o desenvolvimento da inovação, são apresentados no ponto 4 diferentes modelos de inovação, promovendo-se simultaneamente a reflexão crítica sobre os mesmos e salientando-se a sua adequação às especificidades do turismo.

Mediante a análise de projetos de inovação desenvolvidos no sector do turismo e em especial no contacto direto com projetos regionais, os estudantes tomam contacto com exemplos de boas práticas ao nível do planeamento e gestão da inovação, bem como dos fatores que a condicionam e determinam.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus is developed on the assumption that innovation in tourism has become an imperative as a way to cope with increasing competitiveness in this sector. At the same time, it is also acknowledged that only innovation can create and maintain the organizations competitive in a context marked by profound changes at the level of tourism demand, saturation of the main markets and the emergence of new information and communication technologies. Consequently, and in order to make students aware of the issues related to the factors that drive, influence and compel innovation in tourism, the contents presented in point 1 will be discussed.

Considering the comprehensive nature of the concept in question, it is necessary to promote understanding of the various dimensions and types underlying the concept of innovation that will be object of explanation in section 2 and 3 of the syllabus.

It is recognized that innovation in tourism has been carried out in an unstructured manner, having as main consequences the widespread lack of innovation that characterizes the sector and the ease with which innovation attempts by different organizations were copied by competitors. In order to provide students with the necessary tools to support the development of innovation, different models of innovation are presented in section 4, promoting at the same time critical reflection and stressing its suitability to the specificities of tourism.

Through the analysis of innovation projects developed in the tourism sector and in particular in direct contact with regional projects, students take contact with examples of good practice in terms of planning and management of innovation, as well as the factors that influence and determine innovation in tourism.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino consubstanciam-se na exposição descritiva dos conceitos apresentados no programa da unidade curricular. Num segundo momento existe igualmente o recurso a materiais audiovisuais como forma de apresentar e ilustrar as temáticas descritas e exploradas anteriormente.

Uma vez apresentados e explorados os principais conceitos, segue-se a análise e discussão de diferentes estudos de caso, previamente selecionados, não apenas os que são apresentados na literatura mas também outros com uma especial ênfase em projetos inovadores que estejam a ocorrer na região e que serão objeto de visitas in loco. Após a visita aos projetos selecionados, os alunos devem elaborar e apresentar um relatório.

Avaliação:

40% - Trabalho (relatório crítico elaborado no âmbito de um field trip realizado no decorrer da unidade curricular);

60% - Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal);

100% - Exame de recurso e de melhoria.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies are based on the description of the concepts presented in the curricular unit syllabus. Audiovisual materials will also be used to introduce and illustrate the issues previously described and analyzed. Once the main concepts are presented and explored, it follows the analysis and discussion of different case studies, selected in advance, not only those which are presented in the literature but also others with a special emphasis on innovative projects that are taking place in the region and that will be object of visits in loco. After the visit to the selected projects, students must prepare and submit a report.

Assessment:

40% Written assignment (report undertaken as part of a field trip);

60% Individual written test (to be held on the date of the "normal" exam);

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A unidade curricular visa proporcionar aos estudantes os referenciais teóricos e as ferramentas metodológicas que lhes facultem analisar, compreender e refletir sobre as diferentes dimensões e tipologias de inovação bem como o enquadramento organizacional, social e cultural que possa facilitar ou inibir o desenvolvimento da inovação. Neste sentido, é levada a cabo em sala de aula uma exposição sistemática e organizada da informação, como forma de fornecer aos alunos os referenciais teóricos e as ferramentas metodológicas pertinentes na área de estudo.

Complementarmente e como forma de desenvolver nos estudantes competências de reflexão e de crítica, são apresentados estudos de caso, quer referenciados na literatura quer através da interação com promotores de projetos de inovação de referência a nível regional.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The curricular unit aims at providing students with the theoretical references and methodological tools that enable them to analyze, understand and reflect on the different dimensions and types of innovation as well as on the organizational, social and cultural framework that can facilitate or inhibit innovation. In accordance, information will be shared in the classroom, as a way to provide students with the theoretical references and relevant methodological

tools in this study area.

In addition, and as a way of developing the students' critical skills, case studies are presented, either referenced in the literature or by interaction with promoters of innovation projects developed at a regional level.

3.3.9. Bibliografia principal:

- Caraça, J., Ferreira, J. & Mendonça, S. (2006). Modelo de Interações em Cadeia: Um Modelo de Inovação para a Economia do Conhecimento. Relatório COTEC, Outubro de 2006.*
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C. & Scotte, N. (2009). Destination and Enterprise Management for a Tourism Future. Tourism Management, 30(1), 63-74.*
- Hall, C. M. & Williams, A. M. (2008). Tourism and Innovation. Abingdon: Routledge.*
- Hjalager, A-M. (2010). A Review of Innovation Research in Tourism. Tourism Management, Vol. 31, Nr. 1, pp. 1-12.*
- OECD (2006). Innovation and Growth in Tourism. Paris: OECD Publishing.*
- Ottensbacher, M. (2007). Innovation Management in the Hospitality Industry: Different Strategies for Achieving Success. Journal of Hospitality & Tourism Research, 31(4), 431-454.*
- Walder, B, Weiermair, K. & Sancho-Pérez, A. (2006). Innovation and Product Development in Tourism - Creating Sustainable Competitive Advantage. Berlim: Erich Schmidt Verlag.*

Mapa IV - Metodologias de Investigação em Turismo / Research Methods in Tourism

3.3.1. Unidade curricular:

Metodologias de Investigação em Turismo / Research Methods in Tourism

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Ana Isabel da Silva Aço Renda (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Pretende-se que esta Unidade Curricular permita aos estudantes:

- Contextualizar a investigação em ciências sociais aplicadas ao turismo.*
- Desenvolver competências para a construção do conhecimento científico nesta área.*
- Compreender as abordagens metodológicas qualitativas e quantitativas mais adequadas aos estudos turísticos.*
- Conceber um projeto de investigação na área do turismo.*
- Conhecer as etapas do processo de investigação científica e ser capaz de as implementar.*
- Desenvolver competências para a aplicação de métodos quantitativos e qualitativos e para a conceção de instrumentos de pesquisa.*
- Adquirir capacidade de formular e resolver um problema de investigação.*
- Desenvolver capacidade crítica na escolha e tratamento de dados em turismo.*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The aims of the curricular unit are:

- To contextualize the research in social sciences applied to tourism*
- To develop the skills for the construction of scientific knowledge in this area*
- To understand qualitative and quantitative methodological approaches to tourism*
- To design a research project in tourism*
- To understand the different stages to scientific research process and to be able to implement them*
- To develop the skills to apply quantitative and qualitative methods and to the design of research instruments*
- To develop the ability to formulate and solve a research problem*
- To develop the ability to critically select and process data in tourism*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Investigação científica*
 - 1.1. Conhecimento científico*
 - 1.2. Fundamentos da investigação científica*
 - 1.3. Ciências sociais e turismo*
 - 1.4. Principais áreas de investigação em turismo*
- 2. Desenho do processo de investigação científica*
 - 2.1. Tema e problema de investigação*
 - 2.2. Problemática do estudo*
 - 2.3. Definição e objetivos*
 - 2.4. Revisão da literatura*
 - 2.5. Construção do quadro teórico de referência*
 - 2.6. Construção do modelo de análise e das hipóteses de investigação*
 - 2.7. Métodos de investigação e instrumentos de pesquisa*
 - 2.8. Recolha de Dados*

- 2.9. *Tratamento e análise de dados*
- 2.10. *Discussão de resultados e conclusões*
- 2.11. *Organização, estruturação e redação de um trabalho científico*
- 2.11.1. *Dissertação*
- 2.11.2. *Relatório científico*
- 2.11.3. *Artigo científico*
- 2.11.4. *Escrita e trabalho científico - particularidades*
- 3. *Casos práticos de metodologias de investigação em turismo*

3.3.5. Syllabus:

- 1. *Scientific research*
- 1.1. *Scientific knowledge*
- 1.2. *Bases of scientific knowledge*
- 1.3. *Tourism and the social sciences*
- 1.4. *Main research areas in tourism*
- 2. *Research process design*
- 2.1. *Topic and research problem*
- 2.2. *Questioning the topic*
- 2.3. *Goals definition*
- 2.4. *Literature review*
- 2.5. *Construction of the theoretical framework*
- 2.6. *Construction of the analysis model and research hypotheses*
- 2.7. *Research methods and research instruments*
- 2.8. *Data Collection*
- 2.9. *Processing and data analysis*
- 2.10. *Discussion of results and conclusions*
- 2.11. *Organizing, structuring and writing a scientific paper*
- 2.11.1. *Dissertation*
- 2.11.2. *Scientific report*
- 2.11.3. *Paper*
- 2.11.4. *Characteristics of good scientific writing*
- 3. *Case studies: research methodologies in tourism*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos desta Unidade Curricular pretendem, por um lado, fornecer aos estudantes conhecimentos essenciais sobre o conhecimento científico e processo de investigação, incluindo as principais metodologias de investigação, quantitativas e qualitativas utilizadas e úteis no estudo do fenómeno turístico, e, por outro lado, desenvolver e/ou criar competências nos estudantes que lhes permitam realizar as suas investigações científicas em turismo baseadas em critérios rigorosos, objetivos e adequados às realidades em estudo. A forma como a unidade curricular está construída permite assegurar que os estudantes apreendem os conceitos inerentes à investigação científica e são capazes de realizar a sua própria investigação de acordo com os procedimentos adequados, garantindo ainda melhoria de competências ao nível da redação e estruturação do trabalho final.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

On the one hand, the syllabus of this curricular unit aims at providing key information about the scientific knowledge and research process, including the main quantitative and qualitative research methods in tourism. On the other hand, it aims at developing and/or creating the students' scientific research skills in tourism. The way the syllabus is built ensures that students grasp the concepts inherent to scientific research and that they are able to carry out their own research.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Esta unidade curricular caracteriza-se pela sua natureza teórico-prática. A avaliação desta unidade curricular será dividida entre um exame com consulta (60%) e um trabalho de grupo (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The assessment will include an exam (60%) and a group work (40 %).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As aulas desenvolver-se-ão utilizando os métodos expositivo e participativo nomeadamente fornecendo aos alunos os conteúdos teóricos inerentes à investigação, promovendo a aplicação dos conhecimentos a novas situações, solicitado aos estudantes a reflexão sobre as temáticas em estudo e a produção de documentos consonantes com as várias etapas da investigação científica e familiarizando os estudantes, em sala de aula, com software específico para tratamento de dados será também sendo. Neste sentido prevê-se a participação de investigadores convidados que proporcionarão aos estudantes o conhecimento sobre diferentes abordagens científicas e metodológicas, aplicadas a situações concretas de investigação na área do turismo. Para além das horas de contacto em sala de aula os estudantes contarão ainda com apoio tutorial em horário a definir. As metodologias de ensino adotadas permitem que atingir os objetivos de aprendizagem definidos uma vez que o conhecimento é transmitido num primeiro momento e a sua aplicação explicitada através de casos práticos ou solicitada através de trabalho a desenvolver acompanhado pelo docente, permitindo assim aos estudantes

percecionarem com clareza as especificidades e exigências da investigação científica e refletirem sobre o turismo como objeto de estudo.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The lessons will provide students theoretical contents and will encourage participation, in particular promoting the application of knowledge to new situations, prompting students to reflection on tourism and the production of documents according to the different stages in scientific research. Specific software for data processing will be provided. Consequently, the participation of visiting researchers will be welcomed as they will provide students with different scientific and methodological approaches applied to research in the tourism area. Apart from the classes, students will have tutorial support if needed. These teaching methods will allow to achieve the established learning objectives.

3.3.9. Bibliografia principal:

Ateljevic, I., Pritchard, A. e Morgan N. (Eds.) (2012). The Critical Turn in Tourism Studies: Innovative Research Methodologies. Taylor & Francis.
Fortin, Marie-Fabienne (2009). Fundamentos e Etapas no Processo de Investigação. Coimbra: Lusodidacta.
Gustavii, B. (2008). How to Write and Illustrate a Scientific Paper (2nd ed.). Cambridge: University Press.
Koc, E. e Boz, H. (2014). Triangulation in tourism research: A bibliometric study of top three tourism journals. Tourism Management Perspectives, 12, 9-14.
Phillips, P. e Moutinho, L. (2014). Critical review of strategic planning research in hospitality and tourism. Annals of Tourism Research, 48, 96-120.
Smith, S. L. (2010). Practical Tourism Research, Cambridge, Cabi Tourism Texts.
Veal, A. J. (2011). Research methods for leisure and tourism: A practical guide. Harlow, Pearson Education.
Xin, S.; Tribe, J. e Chambers, D. (2013). Conceptual Research in Tourism. Annals of Tourism Research, 41, 66-88.

Mapa IV - Planeamento e Políticas de Financiamento em Turismo / Planning and development policies in tourism

3.3.1. Unidade curricular:

Planeamento e Políticas de Financiamento em Turismo / Planning and development policies in tourism

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Cláudia Helena Nunes Henriques (10h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Colaboração de dois outros docentes (20h)

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Objetivos gerais:

A disciplina visa proporcionar aos discentes o conhecimento e aplicação prática da teoria do planeamento e gestão do território e turística. Consequentemente, pretende dotar os discentes de competências no domínio do planeamento e desenvolvimento dos recursos turísticos.

Objetivos específicos:

- *Percecionar quais os principais problemas dos destinos turísticos bem como os domínios de intervenção prioritários*
- *Identificar o que se entende por turismo e perspetivar a sua evolução futura*
- *Compreender a importância do turismo para o desenvolvimento sustentável*
- *Compreender a conceptualização associada ao ordenamento e planeamento do território*
- *Ser capaz de interpretar criticamente estudos de caso associados ao planeamento turístico*
- *Perceber a importância de planear e gerir fluxos turísticos*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Overall objectives:

The course aims at providing the knowledge and practical uses of the theory of urban planning, management and tourism. Consequently, it aims at promoting students' skills on planning and development of tourist resources.

Specific objectives:

- *To perceive the main urban problems as well as the priority areas of intervention;*
- *To identify urban tourism and to view its future evolution;*
- *To understand the importance of tourism for sustainable urban development*
- *To understand the concepts associated with urban planning*
- *To critically interpret case studies associated with urban planning and tourism planning*
- *To understand the importance of planning and managing tourist flows*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Turismo, território e desenvolvimento sustentável (DS)*
2. *Ordenamento e planeamento*
3. *Planeamento e gestão dos destinos turísticos*

4. Financiamento ao turismo
5. Análise crítica de Estudos de caso

3.3.5. Syllabus:

1. *Tourism, territory and sustainable development (SD);*
2. *Land-use and planning;*
3. *Planning and management of tourist destinations;*
4. *Tourism financing;*
5. *Critical analysis of case studies.*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos da UC estão associados ao conhecimento e aplicação prática da teoria do planeamento e gestão turísticos, através da apresentação e discussão de teorias e conceitos fundamentais.

Consequentemente, o programa contempla cinco vetores analíticos. O primeiro, visando contribuir para a delimitação de uma perspetiva crítica sobre a sistémica do turismo no contexto do desenvolvimento sustentável desta atividade económica. O segundo vetor visa refletir sobre o ordenamento e planeamento. O terceiro incide no planeamento e gestão de destinos turísticos urbanos, visando dotar os mestrandos de conhecimentos no domínio do planeamento turístico. O quarto visa refletir sobre os sistemas de apoio financeiro e o quinto ter capacidade crítica para interpretar diferentes realidades no contexto da análise de estudos de caso.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The contents of the curricular unit are associated with the knowledge and practical application of tourism planning and management theory, through the presentation and discussion of theories and fundamental concepts. Consequently, the syllabus includes five analytical vectors. The first contributes to the delineation of a critical perspective on the systemic of tourism in the context of sustainable development of economic activity. The second vector reflects on land-use and planning. The third focuses on the planning and management of urban tourist destinations, aiming to equip students with knowledge in the field of tourism planning. The fourth is associated with tourism financing systems and the last with critical analysis of case studies.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular tem aulas teórico práticas que são complementadas com análises de estudos de caso e palestras proferidas por entidades do setor público e privado.

Em termos de avaliação é efetuado um exame com consulta que vale 70% da nota final. Existe um trabalho de grupo que vale 30% da nota.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Assessment: 70% Open-book exam and 30% group work.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os métodos utilizados são sobretudo os expositivo, interrogativo, demonstrativo e ativo.

As aulas teóricas assentam essencialmente nos métodos expositivos e interrogativos e as teórico-práticas em métodos demonstrativos e ativos.

Considerando os objetivos das aulas teóricas e teórico-práticas utilizam-se diversas técnicas, tais como: simulações, casos práticos, exercícios, jogos, brainstorming, etc.

Para fomentar o interesse investigacional aos alunos aciona-se a utilização de métodos exploratórios de estudo.

A metodologia de ensino pretende ser diversificada, de modo a permitir o desenvolvimento do sentido crítico e reflexivo, nomeadamente através da análise dos casos práticos apresentados e dos exercícios temáticos, numa lógica constante de integração da teoria e da prática.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The methods used are mainly expository, interrogative, demonstrative, and active. The lectures are, essentially, expository and apply the interrogative methods and practical classes apply demonstrative and active methods.

According to the different objectives of the curricular unit, several methods will be used: simulations, case studies, exercises, games, brainstorming, etc. To foster the interest for research, the use of exploratory methods of study is extensively applied. The teaching methodology aims to be diversified, in order to allow for the development of critical and reflective skills, particularly through the critical analysis of case studies and exercises presented in a thematic logic of integration of theory and practice.

3.3.9. Bibliografia principal:

Edgell, D., et al. (2007). Tourism policy and planning: yesterday, today and tomorrow, Butterworth-Heinemann.

Hall, C. M. (2008). Tourism Planning, Policies, Process & Relationships, England: Pearson Education Ltd.

Henriques, C. (2003). Turismo, Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável, Lisboa: Sílabo.

Inskoop, E. (1991). Tourism Planning: An Integrated and sustainable development approach, NY: Van Nostrand Reinhold.

Lew, A.A. (2007). Invited Comentary: Tourism Planning and Traditional Urban Planning Theory: Planners as Agents of Social Change. Leisure/Loisir. Journal of the Canadian Association of Leisure Studies, 31(2), 383-392.

Merlin, P. (2008). Tourisme et aménagement touristique—des objectifs inconciliables?, Paris: Les Études.

Meid. (2011). Plano Estratégico Nacional de turismo—Propostas para revisão no Horizonte 2015, v. 2.0, Turismo de

Portugal.

Vieira, J. (2007). Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo – Uma perspectiva estratégica, Lisboa: Ed. Verbo.

Mapa IV - Comportamento do Consumidor em Turismo / Consumer behavior in tourism

3.3.1. Unidade curricular:

Comportamento do Consumidor em Turismo / Consumer behavior in tourism

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Ronaldo Luís Arias Schütz - 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Objetivo Genérico:

Apresentar fundamentos, características e determinismos do comportamento humano que possibilitem reconhecer, avaliar e propor estratégias de abordagem específicas ao consumidor do produto turístico adequadas e eticamente responsáveis.

Objetivos Específicos:

Conhecer e compreender a amplitude dos fenómenos comportamentais;

Reconhecer os diferentes públicos e seu funcionamento;

Adequar e propor estratégias de abordagem a públicos distintos na área do Turismo.

RESULTADOS DA APRENDIZAGEM

Compreender o funcionamento do ser humano considerando suas características intrínsecas.

Entender influências e tendências do ser humano na sua relação com o mundo.

Analisar e perceber as simbologias e os significados do ato de viajar.

Diagnosticar e relacionar a oferta de um destino turístico tendo em consideração o funcionamento sociopsicológico do visitante.

Analisar e compreender a experiência vivida por um visitante num destino turístico

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Learning outcomes of the curricular unit:

The general aim is to introduce the fundamentals, characteristics and determinisms of human behaviour that enable us to recognize, evaluate and propose appropriate and ethically responsible strategies in view of the consumer of tourist products.

Specific goals:

To know and to understand the range of behavioural phenomena; to recognize different types of audiences and their operating characteristics; to propose and adapt strategies for approaches to different target markets in tourism.

LEARNING OUTCOMES:

1. Understand human behaviour considering its intrinsic characteristics.

2. Understand human trends and influences in their interaction with the environment.

3. Analyze and understand the meanings and symbolism of travelling.

4. Diagnose and relate the tourist destination supply considering the socio-psychological functioning of the visitor.

5. Analyze and understand the visitor's experience in a tourist destination.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1.O comportamento e seus determinismos: Consciente e inconsciente; Personalidade e Motivações, Atitudes, Autoimagem e Estilo de Vida.

2.Indivíduo e Sociedade: Família; Grupo; Socialização; Cultura.

3.O Turista: Necessidade e Desejo; Sonho e Expetativa.

4.O Ambiente: Informação e Classificação; Caraterização e experiência.

5.O visitante e a sua Avaliação: Oferta e Expetativa; Desejo e Satisfação.

3.3.5. Syllabus:

Human behaviour and its determinisms: conscious and unconscious; personality, needs, motivation, attitudes, self-image and lifestyle.

Individuals and society: family, group, socialization and culture.

The tourist: needs and desires; dreams and expectations.

The environment: information and classification; characterization and experience.

Visitors and their evaluation: supply and expectations, desire and satisfaction.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Nesta unidade curricular em que se pretende instruir os estudantes de mestrado em turismo sobre os objetivos constituição, estrutura e funcionamento das organizações que operam na indústria do turismo, incluem – se como conteúdos o estudo das organizações turísticas e a gestão turística para que os estudantes tenham a noção de como funcionam as organizações turísticas assim como os vários agentes que operam nesta indústria – da relação entre o

setor público e setor privado, nomeadamente no que toca ao planeamento e processo de tomada de decisão. É também incluído no programa a ética e responsabilidade social para facilitar a compreensão das técnicas e instrumentos de gestão aplicadas a empresas turísticas.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The study of the bio-psycho-social determinisms of human behaviour allows the understanding of how individual actions can be based on emotional, motivational drives and on the satisfaction of various levels of needs. The emphasis on interactional determinism and environment conditioning is the basis for contextualization, interpretation and analysis of the conduct targeted consumer. The theoretical framework and the possibilities of development, interpretation and resolution of real situations are related. Specific situations that exemplify the syllabus contents and relate problems and cases within marketing and communication are studied in their commercial and social aspects.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aula teórico-práticas que incluem exposição teórica e exemplificada dos conteúdos programáticos, análise de casos e situações contemporâneas à lecionação da UC, trabalhos de grupo, estudos de caso.

AVALIAÇÃO

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT, de acordo com as Normas de Funcionamento e Regime de Avaliação dos Cursos de Mestrado.

- Trabalho de grupo e sua apresentação: 50%
- Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal): 50%
- Exame de recurso e de melhoria: 100%

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Theoretical-practical classes include lectures to exemplify the syllabus content, specific contemporary case analysis, group work and case studies.

The assessment for this curricular unit corresponds to the ESGHT regulations for Masters Courses.

- 2 group assignments and their presentation – 50%.
- Individual written test (to take place on the examination day), 50%.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia e a didática utilizadas concretizam-se tendo em vista a assimilação dos objetivos inerentes aos conteúdos, que são objeto de exposição teórica, de enquadramento em situações concretas e de reflexão analítica. O exercício intenso é processado evolutivamente, visando sensibilizar, desenvolver e exercitar uma atitude crítica e a capacidade de iniciativa na resolução de problemas concretos que possam se apresentar no campo profissional. Particular atenção é dedicada ao estudo e a análise de estudos de casos que refletem problemas e situações do quotidiano vivenciadas nos campos do marketing e da comunicação comercial/social relacionados com a cultura e com o turismo.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The methodology subscribed focuses on learning the objectives associated with the contents which are the subject of theoretical exposition framed by real cases and analytical reflection.

Intensive practical exercises are done throughout the course aiming to raise awareness, to develop and to exercise a critical attitude and the capacity for taking initiative in solving concrete problems that may arise in the professional scope.

Particular attention is devoted to the study and analysis of case studies that emphasize the human being and their possibilities and symbolic expression in overt behaviour problems and everyday situations as experienced in the fields of marketing and business/social communication.

3.3.9. Bibliografia principal:

Costa Pereira, F., Veríssimo, J. (2004). PUBLICIDADE – O Estado da Arte em Portugal, Lisboa, Edições Sílabo.

Dittmar, H. (2008). Consumer Culture, Identity and Well-Being, East Sussex, Psychology Press.

Gilmore, J. H., Pine, J. P. (2007). Authenticity: what consumers really want, Harvard Business School Press.

Lendrevie, J., De Baynast, A., Dionísio, P., Rodrigues, J. V. (2010). PUBLICITOR – Comunicação 360º online offline, Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Montigneaux, N. (2003). Público-alvo: CRIANÇAS - A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil, Rio de Janeiro, Editora Campus Lda., Elsevier.

Pereira, R., Correia, A., Schütz, R. (2009). Towards a tourism brand personality taxonomy: a survey of practices, in A. Fyall, M. Kuzac, L. Andreu, J. Gnoth e S. Lebe (eds.), Marketing Innovations for Sustainable Destinations, (pp.254-267). Goodfellow Publishing, Oxford.

Mapa IV - Gestão Estratégica de Marketing / Strategic Marketing Management

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão Estratégica de Marketing / Strategic Marketing Management

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Júlio da Costa Mendes - 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):*Objetivos Genéricos:**Motivar uma reflexão conjunta sobre a problemática da Gestão Estratégica de Marketing;**Compreender o processo de tomada de decisões estratégicas de marketing. Objetivos Específicos:**Aplicar conceitos e técnicas de marketing estratégico em termos de: o Unidades de negócios estratégicos o Targeting e posicionamento o Gestão da gama o Política de preço a Canais de distribuição e Comunicação**Competências Genéricas:**No final da UC, o mestrando deverá ter desenvolvido capacidades e competências ao nível do saber – fazer nas áreas do:**Planeamento estratégico global;**Análise de mercados;**Gestão Estratégica do Marketing mix.2 Competências Específicas:**Propiciar a adequação das temáticas do marketing à dinâmica empresarial.**Reconhecer oportunidades e aplicar técnicas que possam intervir em favor dos objetivos das organizações.**Manter uma relação eticamente adequada com os segmentos visados.***3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***Generic Objectives:**To motivate a joint reflection on the issue of Strategic Marketing Management;**To understand the process of making strategic marketing decisions;**Specific Objectives:**To apply concepts and techniques of strategic marketing in terms of:**- Strategic business units;**- Targeting and positioning;**- Range management;**- Price Policy;**- Distribution channels;**- Communication.***LEARNING OUTCOMES***Generic Skills:**At the end of this CU, the student should have developed skills and competencies at the level of know-how in the areas of:**- Global Strategic Planning;**- Market analysis;**- Marketing mix.2 strategic management**Specific Skills:**To assess the appropriateness of marketing topics to business dynamics;**To recognize opportunities and apply techniques that can intervene on behalf of the organizations' objectives;**To maintain an ethically appropriate relationship with the targeted segments.***3.3.5. Conteúdos programáticos:***1. Enquadramento e contextualização**2. Compreender o comportamento do consumidor**3. A elaboração da estratégia de Marketing**4. Decisões estratégicas do produto**5. Decisões estratégicas de preço**6. Decisões estratégicas de distribuição**7. Decisões estratégicas de comunicação**8. O plano de marketing estratégicos***3.3.5. Syllabus:***1. Background and context**2. Understanding consumer behaviour**3. The development of marketing strategy**4. Product strategic decisions**5. Price strategic decisions**6. Strategic distribution decisions**7. Strategic communication decisions**8. The strategic marketing plan***3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***Os conteúdos possibilitam o estudo e a reflexão sobre situações e problemas de marketing vivenciados no seio de organizações em geral e particularmente aplicados a contextos empresariais e ambientes de turismo. Busca-se sensibilizar o mestrando para a aplicação dos conteúdos teóricos tendo como base as situações concretas analisadas nos casos de marketing apresentados. O estudo e a reflexão fundamentada por exemplos reais propicia a facilitação*

da assimilação dos conteúdos bem como motiva para a reflexão e consciencialização de experiências com estratégias de marketing.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The contents enable the reflective study of marketing situations and problems experienced within organizations in general and particularly applied to business contexts and tourist places. The aim is to sensitise the students to the application of theoretical concepts based on concrete situations analyzed in the marketing cases presented. The study and reflection based on real examples facilitates the content learning and motivates reflection and awareness of experience with marketing strategies.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teórico-práticas que incluem exposição teórica e exemplificada dos conteúdos programáticos, análise de casos e situações contemporâneas à leção da UC, trabalhos de grupo, estudos de caso.

AVALIAÇÃO

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT, de acordo com as Normas de Funcionamento e Regime de Avaliação dos Cursos de Mestrado.

- 2 Trabalhos de grupo e sua apresentação: 50%
- Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal): 50%
- Exame de recurso e de melhoria: 100%

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Theoretical-practical classes include lectures to exemplify the syllabus content, specific contemporary case analysis, group work, case studies.

The CU assessment corresponds to the ESGHT regulations for Masters Courses.

- 2 group assignments and their presentation – 50%.
- Individual written test (to take place on the examination day), 50%.
- Resit exam and/or exam for improving the final grade: 100%

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia e a didática utilizadas concretizam-se tendo em vista a assimilação dos objetivos inerentes aos conteúdos, que são objeto de exposição teórica, de enquadramento em situações concretas e de reflexão analítica. O exercício intenso é processado evolutivamente, visando sensibilizar, desenvolver e exercitar uma atitude crítica e a capacidade de iniciativa na resolução de problemas concretos que possam se apresentar no campo profissional. Particular atenção é dedicada ao estudo e a análise de estudos de casos que refletem problemas e situações do quotidiano vivenciadas nos campos do marketing e das organizações.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The methodology subscribed focus on learning the objectives associated with the contents which are the subject of theoretical exposition framed by real cases and analytical reflection.

Intensive practical exercises are done throughout the course aiming to raise awareness, to develop and to exercise a critical attitude and the capacity for taking initiative in solving concrete problems that may arise in the professional scope.

Particular attention is devoted to the study and analysis of case studies that emphasize situations which reflect everyday problems and situations experienced in the fields of marketing and the organisations.

3.3.9. Bibliografia principal:

- Dubois, B. (1999). Compreender o Consumidor. Lisboa: Publicações Dom Quixote.*
Lambin, Jean-Jacques. (2000). Marketing Estratégico. Portugal: McGraw-Hill.
Lindon, Denis et al. (2004). MercatorXXI – Teoria e Prática do Marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
Kerin, R., Hartley, S., Rudelius, W. (2014). MARKETING. McGraw-Hill Inc.
Kerin, R., Hartley, S., Rudelius, W. (2010). Marketing, the Core. McGraw-Hill Inc.
Kotler, P. (2006) Marketing Management, London: Prentice Hall.
Nunes, J. e Luís Cavique. (2008). Plano de Marketing – Estratégia em Acção. Alfragide: Dom Quixote.
Pine B. Joseph and James H. Gilmore. (1999). The Experience Economy, Boston: Harvard Business School Press.
Vieira, J. M. C. (2000). Inovação e Marketing de Serviços. Lisboa: Editorial Verbo.

Mapa IV - Marketing de Destinos Turísticos / Marketing of tourist destinations

3.3.1. Unidade curricular:

Marketing de Destinos Turísticos / Marketing of tourist destinations

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Manuel Roque Águas - 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Após aprovação na unidade curricular, espera-se que o(a) estudante seja capaz de:

- *Caracterizar a atividade turística.*
- *Explicar o papel das Destination Management Organisations (DMO).*
- *Compreender o processo de marketing de uma DMO.*
- *Avaliar atividades de marketing de uma DMO.*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

After passing the course, the students are expected to be able to:

- *characterise the tourist activity;*
- *explain the role of Destination Management Organisations (DMO);*
- *understand the process of marketing DMO;*
- *evaluate DMO marketing activities.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Conceitos: Turismo, Destinos, Marketing*
2. *As DMO. Missão e atribuições. Razões da intervenção do Estado na atividade turística Condicionantes ao desenvolvimento do marketing-mix.*
3. *Determinantes do sucesso para DMO e para Destinos*
4. *Branding: conceito de marca e valor da marca*
5. *Imagem: definição e formação da imagem*
6. *Posicionamento de destinos*
7. *Plano de marketing*
8. *Indicadores de desempenho*

3.3.5. Syllabus:

1. *The concepts: Tourism, Destinations, Marketing.*
2. *The DMO. Mission and assignments. Reasons for State intervention in tourism activity. Constraints of the marketing-mix.*
3. *Determinants of success of DMO and Destinations:*
4. *Branding: concept of brand value and brand image:*
5. *Image: definition and formation of the image;*
6. *Destinations positioning*
7. *The marketing plan*
8. *Performance Indicators*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos foram desenvolvidos tendo em consideração os objetivos de aprendizagem definidos para a unidade curricular. Para conseguir caracterizar a atividade turística é necessário conhecer os conceitos. O conhecimento do papel das DMO exige o estudo deste tipo de organizações, nomeadamente a relação com o Estado. A compreensão do processo de marketing é centrada nas principais áreas de intervenção ao nível do marketing: branding, imagem e posicionamento.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus was developed taking into consideration the learning objectives defined for the curricular unit. To feature tourism activities it is necessary to learn the concepts. Knowledge of the role of the DMO requires the study of such organizations, in particular the relationship with the State. Understanding the marketing process is centred in the main areas of intervention at the level of marketing: branding, image and positioning.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A transmissão dos conteúdos é efetuada através do método expositivo, com suporte em diapositivos e com recurso a ilustrações de casos. A participação dos estudantes constitui um elemento central para a aquisição de competências, sendo estimulada através da solicitação do desenvolvimento de atividades preparatórias relativamente aos temas a tratar em sala de aula.

Avaliação

Uma prova individual escrita (obrigatória; 60%) e um trabalho individual (facultativo; 40%) O trabalho apenas é contabilizado se beneficiar a nota final do aluno. Caso contrário, a prova individual escrita valerá 100%.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The content is conveyed through the expository method, supported by slides and using examples of real cases. The students' participation constitutes a central element for the acquisition of skills therefore it is stimulated by being requested to develop preparatory activities with regard to the topics to be approached in class.

Evaluation

A written individual test (compulsory: 60%) and an individual work (40%) is optional.

The work is only counted if it benefits the student's final grade. Otherwise, the written individual test is worth 100%.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Não se tratando de uma unidade curricular com um forte carácter instrumental, os conteúdos serão lecionados em aulas de natureza expositiva, assentes na descrição de conceitos, sem descuidar os instrumentos de análise disponíveis. A consolidação de conhecimentos e aquisição de competências exige uma forte participação dos estudantes.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Since this is not a curricular unit with a strong instrumental character, the contents will be taught in classes of expository nature, based on the description of concepts, without neglecting the analytical tools available. The consolidation of knowledge and acquisition of skills require a strong involvement of the students.

3.3.9. Bibliografia principal:

Pike, S. (2011). Destination Marketing. London: Elsevier.

Turismo de Portugal (2013). Plano Estratégico Nacional de Turismo, revisão e objetivos de 2013-2015. Lisboa: Turismo de Portugal.

United Nations (1994). Recommendations on Tourism Statistics. New York: United Nations.

WTO – World Tourism Organization (2003). Evaluating NTO Marketing Activities. Madrid: WTO.

WTO – World Tourism Organization (2007). A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid: WTO.

Morrison, A. (2013). Marketing and Managing Tourism Destinations. New York: Routledge.

Mapa IV - Marketing de Atrações e Eventos / Marketing of Attractions and Events**3.3.1. Unidade curricular:**

Marketing de Atrações e Eventos / Marketing of Attractions and Events

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Manuela Martins Guerreiro (15h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Dora Lúcia Miguel Agapito (15h)

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Objetivo central: proporcionar aos mestrandos um enquadramento teórico a partir do qual deverão ser capazes de desenvolver projetos de dinamização de atrações e de eventos numa ótica de marketing na área do turismo.

Após frequência e aprovação na unidade curricular pretende-se que os estudantes sejam capazes de 1) tomar decisões orientadas para a fixação de objetivos, concetualização e implementação de estratégias de marketing; 2) tomar decisões orientadas para a fixação de objetivos, concetualização e implementação de estratégias de marketing que garantam o sucesso na dinamização de eventos em contexto turístico; 3) estimular o intercâmbio de ideias e de pontos de vista; 4) desenvolver competências no âmbito da análise crítica, criatividade, comunicação oral e escrita e interatividade.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The central objective of Marketing of attractions and events is to provide a theoretical framework from which the students shall be able to develop projects to promote attractions and events in the scope of marketing for tourism.

At the end of the curricular unit the students are expected to be able to:

1) Make decisions aimed at setting goals, conceptualizing and implementing marketing strategies to ensure success in promoting attractions in the tourism context;

2) Make decisions aimed at setting goals, conceptualizing and implementing marketing strategies that ensure success in promoting events in the tourism context;

3) Stimulate the exchange of ideas and views on experiences in the area of attractions and events in tourist destinations;

4) Develop skills in critical analysis, creativity, oral and written communication and interactivity.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

I. Atrações

1. Introdução

1.1 O papel e a natureza das atrações no turismo

1.2 As atrações enquanto produto turístico

2. Os impactos do turismo

3. Gestão de atrações

4. Marketing de atrações

5. Design de atrações

6. Estudos de caso

II – Eventos

1. Introdução

- 1.1 O papel e natureza dos eventos no turismo
- 1.2 Os eventos enquanto produto turístico
2. Gestão de eventos
3. Marketing de eventos
4. Design da experiência turística em eventos
5. Avaliação de eventos
6. Estudos de caso

3.3.5. Syllabus:

I. Attractions

1. Introduction

- 1.1. The role and nature of attractions in tourism
- 1.2. Attractions as a tourism product
2. The impacts of tourism
3. Attractions management.
4. Attractions Marketing.
5. Attractions Design.
6. Case studies

II. Events.

1. Introduction

- 1.1. the role and nature of events in tourism
- 1.2. tourism while tourist product
2. Event management
3. Event Marketing
4. Design of tourist experience in events.
5. Evaluation of events.
6. Case studies

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os quatro objetivos de aprendizagem são alcançados através da abordagem dos conteúdos programáticos da unidade curricular. O objetivo 1 (tomar decisões orientadas para a fixação de objetivos, concetualização e implementação de estratégias de marketing que garantam o sucesso na condução das atrações em contexto turístico) está refletido na parte I do programa, dedicado às atrações no turismo. O objetivo 2 (tomar decisões orientadas para a fixação de objetivos, concetualização e implementação de estratégias de marketing que garantam o sucesso na dinamização de eventos em contexto turístico) traduz-se na parte II do programa, focado nos eventos em destinos turísticos. Os objetivos 3 e 4 (estimular o intercâmbio de ideias, opiniões e de pontos de vista sobre experiências na área das atrações e eventos no turismo e proporcionar momentos de reflexão e de debate tendo como base casos de estudo emblemáticos na região) estão refletidos no último ponto (6) da parte I e no último ponto (6) da parte II do programa, dedicados à análise e debate de estudos de caso relacionados com o marketing de atrações e eventos no setor do turismo, respetivamente.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The four learning goals are achieved through the approach to the syllabus. The first goal (making decisions driven towards setting goals, conceptualization and implementation of marketing strategies to ensure success in the promotion of attractions in the tourism context) is reflected in part I of the syllabus, dedicated to tourism attractions. The second objective (making decisions driven towards setting goals, conceptualization and implementation of marketing strategies that ensure success in the promotion of events in tourism context) is reflected in part II of the syllabus, focused on events in tourist destinations. Goals 3 and 4 (stimulating the exchange of ideas, opinions and views on experiences in the area of attractions and events in tourism and providing reflection moments and debate based on the case studies emblematic in the region) are reflected in the last point (6) of part I and the last point (6) of part II, respectively.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular de Marketing de Atrações e Eventos adota como métodos de ensino a exposição e discussão de estudos de caso, dinâmicas de grupo, apresentação e análise de trabalhos de grupo.

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT, de acordo com as Normas de Funcionamento e Regime de Avaliação dos Cursos de Mestrado:

- Trabalhos práticos e sua apresentação: 40%
- Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal): 60%
- Exame de recurso e de melhoria: 100%

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies include the presentation and discussion of case studies, group dynamics, presentation and analysis of group work.

The assessment for this curricular unit corresponds to the ESGHT regulations for Masters Courses.

- practical assignments and their presentation: 40%
- individual written Test (to be held on the date of the regular season examination: 60%
- Resit exam or improvement exam: 100%

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino e de avaliação proposta pretende por um lado proporcionar um enquadramento teórico adequado ao Marketing de Atrações e Eventos, testando conhecimentos através de um teste escrito e, por outro lado, incentivar o aluno a participar ativamente nas aulas, com um foco ao nível do saber-fazer, através da aplicação da teoria a casos práticos. As apresentações orais de trabalhos práticos a realizar ao longo da unidade curricular têm como objetivo estimular o intercâmbio de ideias, opiniões e de pontos de vista sobre experiências na área das atrações e eventos no turismo e proporcionar momentos de reflexão e de debate tendo como base estudos de caso emblemáticos na região. Pretende-se desta forma desenvolver competências no âmbito da análise crítica, criatividade, comunicação oral e escrita e interatividade.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodology and evaluation proposed aims at, on the one hand provide a theoretical framework for Marketing of attractions and events, testing knowledge through a written test, on the other hand, encourage the student to participate actively in class, focusing on know-how, through the application of theory to practical cases. The oral presentations of practical assignments to be held throughout the curricular unit are intended to stimulate the exchange of ideas, opinions and views on experiences in the area of attractions and events in tourism and to provide moments of reflection and debate on the basis of emblematic case studies in the region. It is intended, this way, to develop skills in critical analysis, creativity, oral and written communication and interactivity.

3.3.9. Bibliografia principal:

Getz, D. (2005). Event Management & Event Tourism, 2nd edition. USA: Cognizant Communication Corporation.
Leask, A. (2010). Progress in visitor attraction research: Towards more effective management. Tourism Management. 31, 155-166.
Light, D. (1996). Characteristics of the audience for events at a heritage site. Tourism Management. 17(3), 183-190.
Guerreiro, M., P. Valle and Mendes, J., (2013) Events and Tourism Destination Image, Saarbrücken, Germany: Lambert Academic Publishing.
Richards, G. (2002). Tourism Attraction Systems – Exploring Cultural Behavior. Annals of Tourism Research. 29(4), 1048-1064.
Valle, P., Guerreiro, M. and Mendes, J. (2010). Sustainable Cultural Events based on Marketing Segmentation: The Case of Faro Capital of Culture. PASOS Journal of Tourism and Cultural Heritage, 8(3), 91-104.

Mapa IV - Marketing de Experiências / Marketing of Experiences**3.3.1. Unidade curricular:**

Marketing de Experiências / Marketing of Experiences

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Rosária Luísa Gomes Pereira (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A finalidade da unidade curricular é demonstrar como as marcas e os destinos turísticos podem desenvolver oportunidades para atraírem os seus consumidores e criar um impacto positivo através de ações promocionais interativas, inesquecíveis.

Esta UC identifica e realça a importância do planeamento sistemático de estímulos que proporcionem uma experiência emocional para o consumidor.

Pretende-se proporcionar uma compreensão crítica do marketing de experiências, bem como analisar o seu papel no sucesso das organizações turísticas, ou seja explorar como é que o marketing de experiências pode acrescentar valor, diferenciar produtos e marcas, e construir a fidelidade dos clientes; construir uma plataforma de experiências para as marcas, incluindo as questões do posicionamento, promessa de valor e implementação; analisar e desenvolver planos de ação para a implementação de estratégias de ME nas organizações, nomeadamente no contexto do turismo.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The purpose of the course is to show how the brands and tourist destinations can develop opportunities to attract consumers and create a positive impact through interactive promotions, which are unforgettable.

This course identifies and stresses the importance of systematic planning of stimuli that provide an emotional experience for the consumer

It is intended to provide a critical understanding of marketing of experiences, as well as to analyze its role in the success of the tourist organizations, namely to explore how marketing of experiences can add value, differentiate products and brands, and build customer loyalty; build a platform of experiences for brands, including issues of positioning, promise of value and implementation; analyze and develop action plans for the implementation of strategies of the organizations, in particular in the context of tourism.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *A economia da experiência*
 - 1.1 *Do marketing tradicional ao marketing relacional*
 - 1.2 *O marketing de Experiência como estratégia de valor*
 - 1.3 *O papel e a importância do serviço como um fator diferencial*
 - 1.4 *A amplitude e alcance do marketing de experiências no contexto do turismo*
2. *O marketing de experiência*
 - 2.1 *Conceitos chave*
 - 2.2 *Tipos de experiências*
 - 2.2.1 *Experiências de suporte e intensas*
 - 2.3 *Os fatores influenciadores*
3. *O consumo da Experiência*
 - 3.1 *Os consumidores*
 - 3.1.1 *Características e comportamento do consumidor*
 - 3.1.2 *Percepções e motivações*
 - 3.2 *A fantasia, os sentimentos, a diversão*
4. *Organização e gestão da experiência*
 - 4.1 *O desenho da experiência*
 - 4.1.1. *A análise, a construção e a implementação da experiência.*
 - 4.2 *A importância do "Brand engagement"*
 - 4.3 *Definição de objetivos e estratégias experienciais*
 - 4.3 *O mix da experiência*
5. *Plano de marketing da Experiência*

3.3.5. Syllabus:

1. *The Experiences economy*
 - 1.1. *From traditional marketing to relational marketing*
 - 1.2. *Experience marketing as a strategy of value*
 - 1.3. *The role and importance of service as a differential factor*
 - 1.4. *the breadth and scope of experience marketing in the tourism context*
2. *Experiences marketing*
 - 2.1. *key concepts*
 - 2.2. *Types of experiences*
 - 2.2.1. *Support experiences and intense experiences*
 - 2.3. *Influence factors*
3. *Consumption of experiences*
 - 3.1. *The consumers*
 - 3.1.1. *Characteristics and behaviour of consumers*
 - 3.1.2. *Perceptions and motivations*
 - 3.2. *Fantasy, feelings, fun*
4. *Organization and management of the experience*
 - 4.1. *The design of the experience*
 - 4.1.1. *The analysis, construction and implementation of the experience*
 - 4.2. *The importance of "Brand engagement"*
 - 4.3. *Setting goals for experiential strategies*
 - 4.4. *The experiences mix*
5. *Marketing plan for experiences*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos foram desenvolvidos tendo em consideração os objetivos de aprendizagem definidos para a unidade curricular. Vivemos num momento de maior valorização da subjetividade, da emoção, dos sentimentos e das sensações. Os consumidores esperam que os produtos atendam não apenas a desejos materiais, mas, muitas vezes, também anseios sociais e espirituais. A compreensão do conceito marketing de experiência e dos seus benefícios, características e estratégias vem auxiliar nesta tarefa.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus was developed taking into consideration the learning objectives defined for the curricular unit. We live in a moment of greater appreciation of subjectivity, of emotion, of feelings and sensations. Consumers expect that products meet not only the material desires, but often also the social and spiritual yearnings. Understanding the marketing concept of experience and its benefits, features and strategies comes to assist in this task.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular será lecionada através de aulas teórico-práticas. Para além das leituras recomendadas e da exposição dos temas em sala de aula, serão promovidas discussões e exercícios em sala de aula assim como utilização de suportes audiovisuais. A parte prática está orientada para a análise e desenvolvimento de estudos de caso e de um trabalho prático de grupo. Será dada importância ao trabalho de grupo para fomentar a discussão estruturada e a partilha de experiências.

A avaliação desta unidade curricular será dividida entre um exame com consulta (60%) e um trabalho de grupo (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The course will be taught through theoretical and practical lessons. In addition to the recommended readings and exposure of the subjects in the classroom, discussions and exercises will be promoted in the classroom as well as the use of audiovisual media. The practical part is oriented to the analysis and development of case studies and practical group work. Importance will be given to group work to foster structured discussion and sharing of experiences. The evaluation of this syllabus will be divided between an exam with consultation (60%) and group work (40 percent).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Uma vez que esta é uma unidade curricular que visa o estudo e análise de estratégias de marketing experiencial no contexto do turismo, optou-se por uma componente teórico-prática de modo a que para além da exposição das matérias, sejam também utilizadas outras metodologias, nomeadamente a análise de estudos de caso, visualização de filmes ou outros suportes de apoio a uma melhor compreensão e apreensão dos conhecimentos.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Since this is a curricular unit aimed at the study and analysis of experiential marketing strategies in the context of tourism, we have opted for a theoretical and practical component so that in addition to the exhibition of materials, other methodologies are also used, in particular the analysis of case studies, in house movies or other material supporting a better understanding and apprehension of knowledge.

3.3.9. Bibliografia principal:

*Caru, A. & Cova, B. (2007), Consuming Experiences, London: Routledge.
Holbrook, M. & Hirschman, E. (1982), The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun. Journal of Consumer Research, 9(2), 132-140.
Jennings, G. & Nickerson, N.P. (2006), Quality Tourism Experiences, Oxford: Elsevier.
Krishna, A. (2010), Sensorial Marketing, New York: Routledge.
Pine, J. & Gilmore, J. (2011), The Experience Economy, Boston: Harvard Business School Press.
Ryan, C. (2005), The Tourist Experience. London: Thompson Learning.
Schmitt, Bernd H. (2011), Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, NY: Free Press.
Smilansky, S. (2009), Experiential Marketing: A Practical Guide to Interactive Brand Experiences, London: Kogan Page.
Voss, C. (2004), Trends in the Experience and Service Economy - The Experience Profit Cycle. Centre for Operations and Technology Management, London: London Business School.*

Mapa IV - Marketing do Alojamento / Marketing of Lodging Operations

3.3.1. Unidade curricular:

Marketing do Alojamento / Marketing of Lodging Operations

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Francisco Manuel Dionísio Serra (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

O alojamento turístico é um subsector importante dos destinos turísticos evidenciando um grau de complexidade muito peculiar. A unidade curricular que se apresenta visa analisar as características deste negócio no âmbito do marketing, utilizando abordagens muito operacionais, de modo a capacitar os estudantes para um desempenho de excelência tendo em vista o equilíbrio ótimo entre preço, taxa de ocupação e o resultado operacional que garanta as mais elevadas taxas de satisfação e fidelização dos clientes. Pretende-se analisar e avaliar as especificidades de cada uma das componentes do marketing aplicadas ao negócio do alojamento e praticar com ferramentas de gestão tática e estratégica que podem ser utilizadas para melhor alcançar os resultados acima descritos. Esta unidade curricular irá utilizar estudos de caso de vários hotéis ou cadeias hoteleiras nacionais e internacionais que permitam avaliar um conjunto de políticas e técnicas aplicáveis a esta área de negócio

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The tourist accommodation is an important subsector of tourist destinations showing a peculiar degree of complexity. This curricular unit aims to analyze the characteristics of this business within the marketing scientific body of knowledge, using operational approaches in order to empower students for performance excellence in view of the balance that has to exist between price, occupancy rate and operating results that guarantee the highest satisfaction rates and customer's loyalty. It is intended to analyze and evaluate the specificities of each component of the marketing mix applied to the lodging business practice with tactical and strategic management tools that can be used to better achieve the results described above. This course will use case studies of several national and international hotel and hotel chains to assess a set of policies and techniques applicable to this business area.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. A EMPRESA HOTELEIRA

1.1. Caracterização das Operações

2. MARKETING HOTELEIRO**2.1. Porquê um marketing hoteleiro****2.2. Características do marketing hoteleiro****3. POLÍTICAS DE MARKETING APLICADAS ÀS OPERAÇÕES HOTELEIRAS****3.1. Políticas de produto****3.2. Políticas de preço****3.3. Políticas de distribuição****3.4. Políticas de comunicação****3.5. Revenue Management, análise e avaliação da performance****3.3.5. Syllabus:****1. THE HOSPITALITY ENTREPRISE****1.1. Characterization of the operations****2. HOSPITALITY MARKETING****2.1. Why a hotel marketing****2.2. Characteristics of hospitality marketing****3. MARKETING POLICIES APPLIED to OPERATIONS****3.1 Product policies.****3.2 Price policies.****3.3 Distribution policies.****3.4 Communication policies.****4. REVENUE MANAGEMENT****4.1 Analysis of Demand****4.1.1 Social Reputation****4.2 Supply analysis****4.2.1 Benchmarking****4.3 Forecasting****4.4 Dynamic Pricing****4.4.2 Market Intelligence****4.5 Analysis and evaluation of performance****3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

Pretende-se que esta unidade curricular capacite os estudantes para compreenderem as particularidades do negócio do alojamento turístico no contexto do turismo nacional e internacional, incluindo as suas interdependências com os agentes da distribuição, cada vez mais diversificados e tecnologicamente sofisticados, para a partir daí aplicar as políticas de marketing que melhor sirvam os objetivos de equilíbrio ótimo entre preço, taxa de ocupação e resultado operacional que garanta as mais elevadas taxas de satisfação e fidelização dos clientes, suscitando o debate e a reflexão sobre os problemas atuais e futuros do sector. Numa abordagem muito aplicada, mas sempre enquadrada pela teoria consolidada do Marketing, pretende-se que os estudantes construam um modelo mental que lhe facilite a mudança de práticas consoante os enquadramentos estejam mais relacionados com os ambientes internos (qualidade de serviço, facilidades de uso, localização) e externos (distribuição, concorrentes, ambiente social e económico). Os mestrandos deverão desenvolver capacidades de comunicação, análise crítica, criatividade, oralidade, relacionamento interpessoal e espírito empreendedor, auxiliares da sua capacidade técnica para atingir os objetivos operacionais e estratégicos requeridos a um profissional de marketing nesta área de negócio. Para tal, serão usadas diversas ferramentas informáticas, nomeadamente, de gestão de canais, de CRM, de gestão de Operações (PMS) e de análise de dados (business intelligence) que providenciem a formação de um conhecimento baseado em experimentação e análise, construído a partir de trabalho em grupo realizado dentro e fora da sala de aulas, facilitando a aquisição ou o fortalecimento das capacidades de comunicação, análise crítica, criatividade, oralidade, relacionamento interpessoal e espírito empreendedor referidas anteriormente.

No final da unidade curricular espera-se que os mestrandos seja capazes, de:

- *Compreender a estrutura e a dinâmica do negócio do Alojamento Turístico;*
- *Entender como as variáveis internas e externas devem ser tidas em consideração para melhor explorar as oportunidades de negócio que permitam alcançar os objetivos fundamentais já referidos anteriormente;*
- *Conceber e operacionalizar ações enquadradas na teoria consolidada do Marketing mas integradas nos objetivos estratégicos das unidades de negócio onde desenvolverem atividades profissionais;*
- *Contribuir para a inovação e mudança de paradigma relativamente à acentuada dependência do Alojamento Turístico relativamente a outros agentes económicos, nomeadamente os que operam na distribuição/intermediação.*
- *Contribuir para a inovação e mudança de paradigma relativamente às práticas tradicionais de análise de dados para auxílio à decisão, com impacto na definição dos preços e na fidelização dos clientes.*

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

It is intended that this curricular unit empowers students to understand the particularities of the tourist accommodation business in the context of national and international tourism, including their interdependencies with the distribution agents, increasingly diversified and technologically sophisticated, to apply marketing policies that thereafter best serve the goals of best balance between price, occupancy rate and operating income that ensure the highest rates of satisfaction and customers loyalty, raising debate and reflection on the current and future problems of the sector. In an applied approach, but always framed by consolidated Marketing theory, it is intended that students build a mental model that facilitates change, depending on practices related to internal environments (quality of service, facilities, location) as well as external ones (distribution, competitors, political and socio-economic). Students will develop communication skills, analytical capabilities, creativity, oral skills, interpersonal skills and entrepreneurial spirit, enhancing their technical capacity to achieve the strategic and operational objectives required for a marketing professional in this business area. To this end, various tools are used, for example, channel

management, CRM, Operations Management (PMS) and data analysis (business intelligence) necessary for the formation of knowledge based on experimentation and analysis, built from group work undertaken within and outside the classroom, facilitating the acquisition or the strengthening of communication skills, critical analysis, creativity, oral skills, interpersonal skills and entrepreneurial spirit, as mentioned previously.

At the end of the course students are expected to be able to:

- *Understand the structure and dynamics of the tourist accommodation business;*
- *Understand how internal and external variables must be taken into consideration to better exploit business opportunities that allow the achievement of the fundamental objectives already referred to earlier;*
- *Design and operationalise actions framed in the consolidated Marketing theory but integrated in the strategic goals of the business units where professional activities were developed;*
- *Contribute to innovation and paradigm shift regarding the sharp dependence on tourist accommodation in relation to other economic agents, in particular those operating in distribution/ intermediation;*
- *Contribute to innovation and paradigm shift with respect to traditional practices of data analysis to aid in the decision, with impact in setting prices and in customer loyalty.*

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teóricas, intercaladas com casos práticos. Ao longo da unidade curricular serão tratados em sala de aula os diversos tópicos relacionados com a aplicação da teoria do Marketing ao contexto prático das operações de alojamento turístico mediante o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito, a exploração de modelos de gestão de Marketing com vista à capacitação para tomadas de decisão, o que se conseguirá através da exposição e discussão de casos, dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais e apresentação de trabalhos de grupo.

A avaliação desta unidade curricular será dividida entre um exame com consulta (60%) e um trabalho de grupo (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Theoretical classes interspersed with practical cases. Along the curricular unit the diverse topics related to the application of Marketing theory will be treated in classroom focusing on the practical context of the tourist accommodation operations through the use of tools specifically developed for this purpose, the exploration of Marketing Management models aiming to develop capacity for decision-making, which can be done through the presentation and discussion of cases, group dynamics and presentation of group works. The evaluation of this syllabus will be divided between an exam with consultation (60%) and group work (40 percent).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As aulas teóricas, intercaladas com casos práticos e o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito promovem a compreensão de todo o processo de tomada de decisão de marketing, conforme indicado no ponto 3 do programa, no contexto das Operações de Alojamento descritas e contextualizadas nos pontos 1 e 2., permitindo aos estudantes aplicar conceitos e técnicas de marketing, nomeadamente:

- *Relativas ao mercado e à concorrência;*
- *Segmentação e posicionamento;*
- *Conceitos do marketing-mix aplicados ao Alojamento turístico;*
- *Técnicas de fixação de preços e gestão das políticas de preços;*
- *Técnicas de gestão da comunicação interna e externa com os clientes.*

A exploração de modelos de gestão de Marketing com vista à capacitação para tomadas de decisão através da exposição, discussão de casos e dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais está intrinsecamente relacionada com a temática do ponto 3, por se tratar de uma matéria que requer um elevado nível de competência técnica e analítica, especialmente no que se refere à integração e coordenação interdepartamental e à capacidade de explorar as oportunidades relacionadas com os consumidores e concorrentes, permitindo encorajar e promover o sucesso empresarial com base na competitividade e na excelência do serviço e promovendo as boas práticas do trabalho e as decisões em contexto de equipa, interdisciplinar e integrada, como é indispensável neste tipo de operações.

A aplicação em sala de aula, dos diversos tópicos relacionados com a teoria do Marketing ao contexto prático das operações de alojamento turístico mediante o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito, a exploração de modelos de gestão de Marketing com vista à capacitação para tomadas de decisão através da exposição e discussão de casos, dinâmicas de grupo com vista à tomada de decisões operacionais e apresentação de trabalhos de grupo, que é uma prática institucionalizada nos diversos ciclos de estudos oferecidos na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve e que tem demonstrado excelentes resultados de aprendizagem, são mais um exemplo de adequação das metodologias de ensino coerentes com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The lectures, interspersed with practical cases and the use of IT tools specifically developed for this purpose promote understanding of the whole process of marketing decision-making, as indicated in section 3 of the syllabus, in the context of lodging operations as described and contextualized in points 1 and 2., allowing students to apply marketing concepts and techniques, in particular:

- *Relating to market and competition;*
- *Segmentation and positioning;*
- *Concepts of marketing-mix applied to tourist accommodation;*
- *Pricing techniques and management of pricing policies;*
- *Management techniques of internal and external communication with customers.*

The exploration of models of Marketing Management aiming to develop capacity-building for decision-making through

presentations, discussion of cases and group dynamics is intrinsically related with point 4, because it is a matter that requires a high level of technical and analytical competence, especially with regard to integration and interdepartmental coordination and the ability to exploit the opportunities related to consumers and competitors, allowing to encourage and promote business success based on competitiveness and excellence of service and promoting good work practices and decisions in the context of interdisciplinary and integrated team, as it is essential in this type of operations.

The application in classroom of the various topics related to the Marketing theory to the practical context of the tourist accommodation operations through the use of tools specifically developed for this purpose, the exploration of models of Marketing Management with a view to capacity-building for decision-making through presentations and cases discussion, group dynamics and presentation of group works, which is an institutionalized practice in the various cycles of studies offered at the school of management, hospitality and tourism at the University of the Algarve and that has shown excellent learning results, are another example of adequacy of teaching methodologies consistent with the learning objectives of the curricular unit.

3.3.9. Bibliografia principal:

American Hotel & Lodging Association (2006). Revenue Management—A Technology Primer, S.L.: AH&LA.
António, N.; Ribeiro, C.; Serra, F. e Afonso, C. (2013). Aplicação de um modelo de gestão de receitas: estudo de caso numa unidade hoteleira do Algarve. Em Henriques, C.; Monteiro, I.; Serra, F.; Santos, J. e Águas P. (eds.), Inovação e Qualidade na Hotelaria. Faro: UAlg/ESGHT. pp. 173-192.
Rutherford, G; O' Fallon, J. (2007), Hotel Management and Operations. 4thEd. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
Kotler, P. (2006). Marketing Management, 12th Ed., London: Prentice Hall.
Serra, F. (2013). Estratégias de negócio: os conceitos de Yield e de Revenue Management e a sua aplicação às operações hoteleiras. Em Henriques, C.; Monteiro, I.; Serra, F.; Santos, J. e Águas P. (eds.), Inovação e Qualidade na Hotelaria. Faro: UAlg/ESGHT. pp. 161-172.

Mapa IV - Comportamento do Consumidor em Turismo / Consumer Behaviour in Tourism

3.3.1. Unidade curricular:

Comportamento do Consumidor em Turismo / Consumer Behaviour in Tourism

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Ronaldo Luís Arias Schütz - 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Objetivo Genérico:

Apresentar fundamentos, características e determinismos do comportamento humano que possibilitem reconhecer, avaliar e propor estratégias de abordagem específicas ao consumidor do produto turístico adequadas e eticamente responsáveis.

Objetivos Específicos:

- Conhecer e compreender a amplitude dos fenómenos comportamentais;*
- Reconhecer os diferentes públicos e seu funcionamento;*
- Adequar e propor estratégias de abordagem a públicos distintos na área do Turismo.*

RESULTADOS DA APRENDIZAGEM

- 1. Compreender o funcionamento do ser humano considerando suas características intrínsecas.*
 - 2. Entender influências e tendências do ser humano na sua relação com o mundo.*
 - 3. Analisar e perceber as simbologias e os significados do ato de viajar.*
 - 4. Diagnosticar e relacionar a oferta de um destino turístico tendo em consideração o funcionamento sócio-psicológico do visitante.*
- Analisar e compreender a experiência vivida por um visitante num destino turístico*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The general aim is to introduce the fundamentals, characteristics and determinisms of human behaviour that enable us to recognize, evaluate and propose appropriate and ethically responsible strategies in view of the consumer of tourist products.

Specific goals:

To know and to understand the range of behavioural phenomena; to recognize different types of audiences and their operating characteristics; to propose and adapt strategies for approaches to different target markets in tourism.

LEARNING OUTCOMES:

- 1. Understand human behaviour considering its intrinsic characteristics.*
- 2. Understand human trends and influences in their interaction with the environment.*
- 3. Analyze and understand the meanings and symbolism of travelling.*
- 4. Diagnose and relate the tourist destination supply considering the socio-psychological functioning of the visitor.*
- 5. Analyze and understand the visitor experience in a tourist destination.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. O comportamento e seus determinismos:

1.1. *Consciente e inconsciente; Personalidade e Motivações, Atitudes, Autoimagem e Estilo de Vida.*

2. Indivíduo e Sociedade:

2.1. *Família; Grupo; Socialização; Cultura.*

3. O Turista:

3.1. *Necessidade e Desejo; Sonho e Expetativa.*

4. O Ambiente:

4.1. *Informação e Classificação; Caraterização e experiência.*

5. O visitante e a sua Avaliação:

5.1. *Oferta e Expetativa; Desejo e Satisfação.*

3.3.5. Syllabus:

1. *Human behaviour and its determinisms.*

1.1. *Conscious and unconscious; Personality, Needs, Motivations, Attitudes, Self-image, Lifestyles*

2. *Individual and society.*

2.1. *Family, Group, Socialization, Culture*

3. *The tourist.*

3.1. *Need and desire, Dream and expectation*

4. *The environment.*

4.1. *Information and classification, Characterization and experience*

5. *Visitors and their evaluation*

5.1. *Supply and expectations, Desire and satisfaction.*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos propostos buscam fundamentar os pressupostos teóricos dos processos de comunicação, partindo de suas bases mais essenciais e inerentes à comunicação enquanto processo bio-psico social, nos determinismos interacionais e na sua envolvente ambiental. É feita a referência à fundamentação e enquadramento teórico e às possibilidades de desenvolvimento, interpretação e resolução das temáticas abordadas. São estudadas situações concretas que exemplificam os conteúdos do programa e que dizem respeito a problemas e casos no âmbito do marketing e da comunicação, nas suas vertentes comercial e social na perspectiva do turismo e num enfoque cultural.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The study of the bio-psycho-social determinisms of human behaviour allows the understanding of how individual actions can be based on emotional, motivational drives and on the satisfaction of various levels of needs. The emphasis on interactional determinism and environment conditioning is the basis for contextualization, interpretation and analysis of the conduct targeted consumer. The theoretical framework and the possibilities of development, interpretation and resolution of concrete situations are related. Specific situations that exemplify the syllabus content and relate to problems and cases within marketing and communication are studied in their commercial and social aspects.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aula teórico-práticas que incluem exposição teórica e exemplificada dos conteúdos programáticos, análise de casos e situações contemporâneas à lecionação da UC, trabalhos de grupo, estudos de caso.

AVALIAÇÃO

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT, de acordo com as Normas de Funcionamento e Regime de Avaliação dos Cursos de Mestrado.

- *Trabalho de grupo e sua apresentação: 50%*

- *Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal): 50%*

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Theoretical-practical classes include lectures to exemplify the syllabus content, specific contemporary case analysis, group work and case studies.

The assessment for this curricular unit corresponds to the ESGHT regulations for Masters Courses.

- *2 group assignments and their presentation – 50%.*

- *Individual written test (to take place on the examination day), 50%.*

- *Resit exam and/or exam for improving the final grade: 100%*

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia e a didática utilizadas concretizam-se tendo em vista a assimilação dos objetivos inerentes aos conteúdos, que são objeto de exposição teórica, de enquadramento em situações concretas e de reflexão analítica. O exercício intenso é processado evolutivamente, visando sensibilizar, desenvolver e exercitar uma atitude crítica e a capacidade de iniciativa na resolução de problemas concretos que possam se apresentar no campo profissional. Particular atenção é dedicada ao estudo e a análise de estudos de casos que refletem problemas e situações do quotidiano vivenciadas nos campos do marketing e da comunicação comercial/social relacionados com a cultura e com o turismo.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The methodology subscribed focus on learning the objectives associated with the contents which are the subject of theoretical exposition framed by real cases and analytical reflection.

Intensive practical exercises are done throughout the course, aiming to raise awareness, to develop and to exercise a critical attitude and the capacity for taking initiative in solving concrete problems that may arise in the professional scope.

Particular attention is devoted to the study and analysis of case studies that emphasize the human being and their possibilities and symbolic expression in overt behaviour problems and everyday situations as experienced in the fields of marketing and business/social communication.

3.3.9. Bibliografia principal:

Costa Pereira, F., Veríssimo, J. (2004). PUBLICIDADE – O Estado da Arte em Portugal. Lisboa: Edições Sílabo.

Dittmar, H., (2008). Consumer Culture, Identity and Well-Being, East Sussex: Psychology Press.

Gilmore, J. H., Pine, J. P., (2007), Authenticity: what consumers really want, Harvard Business School Press.

Lendrevie, J., De Baynast, A., Dionísio, P., Rodrigues, J. V., (2010), PUBLICITOR – Comunicação 360° online offline. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Montigneaux, N. (2003). Público-alvo: CRIANÇAS - A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda., grupo Elsevier.

Pereira, R., Correia, A., Schütz, R. (2009). Towards a tourism brand personality taxonomy: a survey of practices, in A. Fyall, M. Kuzac, L. Andreu, J. Gnoth e S. Lebe (eds.), Marketing Innovations for Sustainable Destinations, Oxford: Goodfellow Publishing, pp. 254-267.

Mapa IV - Gestão de Operações de Alojamento / Management of Lodging Operations

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão de Operações de Alojamento / Management of Lodging Operations

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Francisco Manuel Dionísio Serra (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

O alojamento turístico é um subsetor importante dos destinos turísticos evidenciando um grau de complexidade muito peculiar. A unidade curricular que se apresenta visa analisar as características das Operações de Alojamento no âmbito do negócio hoteleiro, utilizando abordagens muito operacionais, de modo a capacitar os estudantes para um desempenho de excelência tendo em vista o equilíbrio ótimo entre preço, taxa de ocupação e o resultado operacional que garanta as mais elevadas taxas de satisfação e fidelização dos clientes. Pretende-se analisar e avaliar as especificidades de cada uma das componentes do chamado ciclo do cliente e praticar com ferramentas de gestão tática e estratégica que podem ser utilizadas para melhor alcançar os resultados acima descritos. Esta unidade curricular irá utilizar estudos de caso de vários hotéis ou cadeias hoteleiras nacionais e internacionais que permitam avaliar um conjunto de políticas e técnicas aplicáveis a esta área de negócio.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The tourist accommodation is an important subsector of tourist destinations showing a peculiar degree of complexity. This curricular unit aims to analyze the characteristics of the lodging operations within the hotel business, using operational approaches in order to empower students for performance excellence in view of the balance that has to exist between price, occupancy rate and operating results that guarantee the highest satisfaction rates and customer's loyalty. It is intended to analyze and evaluate the specificities of each component of the so-called client cycle and practice with tactical and strategic management tools that can be used to better achieve the results described above. This curricular unit will use case studies of several national and international hotels and hotel chains to assess a set of policies and techniques applicable to this business area

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. A EMPRESA HOTELEIRA

1.1. Caracterização das Operações

2. O CICLO DO CLIENTE – DO CHECK-IN AO CHECK-OUT

3. MODELOS DE DECISÃO COM VISTA À OTIMIZAÇÃO DO BINÓMIO CUSTO/QUALIDADE EM OPERAÇÕES DE ALOJAMENTOS E SERVIÇOS COMPLEMENTARES.

4. IDENTIFICAÇÃO, ANÁLISE E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS COMPLEXOS DA OFERTA E DA PROCURA, NOS DIVERSOS CONTEXTOS DAS OPERAÇÕES DE ALOJAMENTOS.

5. TÉCNICAS DE GESTÃO POR OBJETIVOS NO CONTEXTO DAS OPERAÇÕES DE ALOJAMENTOS, OPORTUNIDADES E AMEAÇAS.

3.3.5. Syllabus:

1. The HOTEL COMPANY

1.1. Characterization of operations

2. The client cycle — from check-in to check-out

3. Decision models to optimize the relationship between price/quality of accommodation and complementary services.

4. *Identification, analysis and resolution of complex problems of supply and demand in the various contexts of lodging operations.*

5. *Techniques of Management for Objectives in the context of lodging operations, opportunities and threats.*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Pretende-se que esta unidade curricular capacite os estudantes para compreenderem as particularidades da Gestão das Operações de Alojamento no contexto da gestão global das unidades de negócio, incluindo as suas interdependências com os agentes da distribuição, cada vez mais diversificados e tecnologicamente sofisticados, para a partir daí aplicar as políticas que melhor sirvam os objetivos de equilíbrio ótimo entre preço, taxa de ocupação e resultado operacional que garanta as mais elevadas taxas de satisfação e fidelização dos clientes, suscitando o debate e a reflexão sobre os problemas atuais e futuros do sector. Numa abordagem muito aplicada, pretende-se que os estudantes construam um modelo mental que lhe facilite a mudança de práticas consoante os enquadramentos estejam mais relacionados com os ambientes internos (qualidade de serviço, facilidades de uso, localização) e externos (distribuição, concorrentes, ambiente social e económico)

Os mestrandos deverão desenvolver capacidades de comunicação, análise crítica, criatividade, oralidade, relacionamento interpessoal e espírito empreendedor, auxiliares da sua capacidade técnica para atingir os objetivos operacionais e estratégicos requeridos a um profissional de Front-Office nesta área de negócio. Para tal, serão usadas diversas ferramentas informáticas, nomeadamente, de gestão de canais, de CRM, de gestão de Operações (PMS) e de análise de dados (business intelligence) que providenciem a formação de um conhecimento baseado em experimentação e análise, construído a partir de trabalho em grupo realizado dentro e fora da sala de aulas, facilitando a aquisição ou o fortalecimento das capacidades de comunicação, análise crítica, criatividade, oralidade, relacionamento interpessoal e espírito empreendedor referidas anteriormente.

No final da unidade curricular espera-se que os mestrandos seja capazes, de:

- *Compreender a estrutura e a dinâmica das Operações de Alojamento;*
- *Entender como as variáveis internas e externas devem ser tidas em consideração para melhor explorar as oportunidades de negócio que permitam alcançar os objetivos fundamentais já referidos anteriormente;*
- *Conceber e operacionalizar ações enquadradas nas teorias da gestão integradas nos objetivos estratégicos das unidades de negócio onde desenvolverem atividades profissionais;*
- *Contribuir para a inovação e mudança de paradigma relativamente à acentuada dependência das receitas totais das unidades de negócio, relativamente às receitas originadas no Departamento de Alojamentos;*
- *Contribuir para a inovação e mudança de paradigma relativamente às práticas tradicionais de análise de dados para auxílio à decisão, com impacto na qualidade do serviço e na fidelização dos clientes.*

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

It is intended that this curricular unit empowers students to understand the particularities of the lodging operations in the context of the global management of the business unit, including their interdependencies with the distribution agents, that thereafter best serve the goals of the equilibrium between price, occupancy rate and operating income that ensure the highest rates of satisfaction and customers loyalty, raising debate and reflection on the current and future problems of the sector. In an operational approach, but always framed by consolidated management theories, it is intended that students build a mental model that facilitates change, depending on the internal environments (quality of service, facilities, location) as well as external ones (distribution, competitors, political and socio-economic). Students will develop communication skills, analytical capabilities, creativity, and entrepreneurial spirit, enhancing their capacity to achieve objectives.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas teóricas, intercaladas com casos práticos. Ao longo da unidade curricular serão tratados em sala de aula os diversos tópicos relacionados com a aplicação das teorias da Gestão ao contexto prático das operações de alojamento mediante o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito, a exploração de modelos de gestão de Operações com vista à capacitação para tomadas de decisão, o que se conseguirá através da exposição e discussão de casos, dinâmicas de grupo e apresentação de trabalhos de grupo.

A avaliação desta unidade curricular será dividida entre um exame com consulta (60%) e um trabalho de grupo (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Theoretical classes interspersed with practical cases. Along the curricular unit the diverse topics related to the application of Management theories will be treated in classroom focusing on the practical context of lodging operations through the use of tools specifically developed for this purpose, the exploration of operations models aiming to develop capacity for decision-making, which can be done through the presentation and discussion of cases, group dynamics and presentation of group works. The evaluation of this syllabus will be divided between an exam with consultation (60%) and group work (40 percent).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As aulas teóricas, intercaladas com casos práticos e o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito promovem a compreensão de todo o processo designado por ciclo do cliente, conforme indicado no ponto 2 do programa, no contexto das Operações de Alojamento descritas e contextualizadas nos pontos 1, permitindo aos estudantes aplicar conceitos e técnicas de excelência operacional, nomeadamente as relativas ao conhecimento das características e comportamentos dos diversos segmentos de clientes com impacto nas seguintes operações:

- *Procedimentos de acolhimento;*
- *Antecipação de necessidades, manutenção e melhoria dos standards de serviço durante a estada;*
- *Conhecimento dos produtos e serviços que proporcionam melhores índices de satisfação dos clientes e promovem o melhor resultado económico das operações;*

- *Técnicas de gestão que facilitam a qualidade dos procedimentos contabilísticos e de gestão do inventário de Alojamentos, contribuindo para a facilidade de relacionamento com os clientes;*
- *Técnicas de gestão que facilitam a qualidade da articulação interdepartamental, com impacto na melhoria da oferta e, consequentemente, na competitividade.*

A exploração de modelos de gestão com vista à capacitação para tomadas de decisão através da exposição, discussão de casos e dinâmicas de grupo está intrinsecamente relacionada com a temática do ponto 4, por se tratar de uma matéria que requer um elevado nível de competência técnica e analítica, especialmente no que se refere à integração e coordenação interdepartamental e à capacidade de explorar as oportunidades relacionadas com os consumidores e concorrentes, permitindo encorajar e promover o sucesso empresarial com base na competitividade e na excelência do serviço e promovendo as boas práticas do trabalho e as decisões em contexto de equipa, interdisciplinar e integrada, como é indispensável neste tipo de operações.

A aplicação em sala de aula, dos diversos tópicos relacionados com as operações de alojamento mediante o uso de ferramentas informáticas especificamente desenvolvidas para esse efeito e a capacitação para tomadas de decisão através da exposição e discussão de casos, dinâmicas de grupo e apresentação de trabalhos de grupo, que é uma prática institucionalizada nos diversos ciclos de estudos oferecidos na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve e que tem demonstrado excelentes resultados de aprendizagem, são mais um exemplo de adequação das metodologias de ensino coerentes com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The lectures, interspersed with practical cases and the use of ITC tools specifically developed for this purpose promote understanding of the entire process designated by customer cycle, as indicated in section 2 and 3 of the syllabus, in the context of the lodging operations described and contextualized in point 1, allowing students to apply concepts and techniques of operational excellence, in particular those relating to knowledge of the characteristics and behaviour of various customer segments with impact in the following operations:

- *Hosting procedures;*
- *Anticipation of requirements, maintenance and improvement of service standards during the stay;*
- *Knowledge of the products and services that provide better customer satisfaction indices and promote better economic operating results;*
- *Management techniques that facilitate quality of accounting procedures and inventory management of Accommodation, contributing to ease of relationship with customers;*
- *Management techniques that facilitate interdepartmental joint quality, with impact on the improvement of supply and, consequently, competitiveness.*

The exploration of management models aiming to develop capacity-building for decision-making through presentations, discussion of cases and group dynamics is intrinsically related with point 4 and 5, because those are matters that require higher level of technical and analytical competence, especially with regard to integration and interdepartmental coordination and the ability to exploit the opportunities related to consumers and competitors, allowing to encourage and promote business success based on competitiveness and excellence of service and promoting good work practices and decisions in the context of interdisciplinary and integrated team, as it is essential in this type of operations.

The application in classroom of the various topics of management theories to the practical context of lodging operations through the use of tools specifically developed for this purpose, the exploration of models of Operations Management aiming to enhance capacity-building for decision-making through presentations and cases discussion, group dynamics and presentation of group works, which is an institutionalized practice in the various cycles of studies offered at the school of management, hospitality and tourism at the University of the Algarve and that has shown excellent learning results, are another example of adequacy of teaching methodologies consistent with the learning objectives of the curricular unit.

3.3.9. Bibliografia principal:

- American Hotel & Lodging Association (2006). Revenue Management—A Technology Primer, 2nd Ed., S.L.: AH&LA.*
- António, N.; Ribeiro, C.; Serra, F. e Afonso, C. (2013). Aplicação de um modelo de gestão de receitas: estudo de caso numa unidade hoteleira do Algarve. Em Henriques, C.; Monteiro, I.; Serra, F.; Santos, J. e Águas P. (eds.), Inovação e Qualidade na Hotelaria. Faro: UAIG/ESGHT. pp. 173-192.*
- Rutherford, G; O’Fallon, J. (2007), Hotel Management and Operations. 4th Ed., Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.*
- Serra, F. (2013). Estratégias de negócio: os conceitos de Yield e de Revenue Management e a sua aplicação às operações hoteleiras. Em Henriques, C.; Monteiro, I.; Serra, F.; Santos, J. e Águas P. (eds.), Inovação e Qualidade na Hotelaria. Faro: UAIG/ESGHT. pp. 161-172.*
- Barrows, C.; Powers, T. (2009). Introduction to Management in the Hospitality Industry. 9th Ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.*

Mapa IV - Gestão Estratégica / Strategic Marketing

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão Estratégica / Strategic Marketing

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Georgete dos Santos Andraz (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):*Objetivos*

• Os objetivos da disciplina são dotar os estudantes de ferramentas analíticas que lhes permitam compreender e desenhar estratégias de negócio e empresariais tendo em vista a sua implementação numa determinada organização.

Competências a adquirir:

- Identificar e desenvolver as competências necessárias para a implementação de estratégias empresariais e de negócios como fator de vantagem competitiva.
- Aplicar os princípios, técnicas e metodologias de análise estratégica em situações reais através da resolução de casos de estudo.
- Desenvolver capacidades críticas e analíticas

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):*Objectives*

• The objectives of this course are to provide students with analytical tools and methodologies of strategic analysis for the understanding and designing of corporate and business strategies to be implemented in a particular organization.

Competences

- Develop and/or improve the skills needed to implement corporate and business strategies as a factor of company's competitive advantage.
- Develop and/or improve the skills to apply management principles, tools and strategic analysis methodologies in real situations by solving case studies.
- Develop critical and analytical capabilities.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1- Sensibilização e Enquadramento Geral

2- Análise Estrutural da Indústria Turística: Estrutura e Intensidade da Concorrência

3- Análise do Contexto Concorrencial: Fatores Estratégicos Internos; Grupos Estratégicos e Fatores Críticos de Sucesso

4- Vantagem Competitiva e Criação de Valor

4.1- Os Efeitos da Criação de Valor sobre o Desempenho

5- Estratégias Competitivas

5.1-As Estratégias de Custo: Implicações Estratégicas do Efeito de Experiencia

5.2- As Estratégias de Diferenciação: Grelha de Análise e Tipologias

6- As Estratégias de Desenvolvimento: Especialização e Diversificação.

7- Estudo Crítico de Casos Práticos

3.3.5. Syllabus:

1- Introduction and general framework

2- Industry Structure Analysis. Competition intensity. Industry Value and attractiveness. Porter's Five Forces Framework.

3- Internal Assessment. Key Internal Factors. Strategic Groups and Critical Success factors.

4- Competitive Advantage and the Value Chain

4.1- Value Creation and Firm performance.

5- Generic Competitive Strategies

5.1-Cost Leadership Strategies. Cost Leadership Strategies and Experience Curves. Price Strategies.

5.2- Differentiation Strategies. Typologies and Business Matrix Approach

6- Corporate Strategies. Diversification vs. Specialization.

7- Case studies Analysis and Discussion

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O conteúdo programático da Gestão Estratégica consiste na apresentação dos conceitos básicos, de técnicas e metodologias que permitem a formulação, a análise, a síntese e a avaliação estratégica das organizações. A realização de um trabalho prático, dividido em etapas, aplicado a uma empresa real da indústria turística permite a aplicação dos conhecimentos. Esta metodologia é coerente com os objetivos desta unidade curricular.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The methodology of the course focuses on the theoretical concepts, strategic tools, and analysis and discussion of case studies.

More than the concepts, the student receives a sequence of techniques, giving the opportunity to reflect and discuss real situations, giving practical meaning to theoretical concepts presented and developing a case study of a real company operating in the context of the tourist industry. This methodology is coherent with the objectives of this module.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular tem uma forte componente prática, sendo acompanhada com a discussão de estudo de casos, onde se apela à participação ativa dos alunos, como estratégia consolidação dos conhecimentos adquiridos.

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT, de acordo com as

Normas de Funcionamento e Regime de Avaliação dos Cursos de Mestrado.

A avaliação assenta nos seguintes elementos:

- Exame (50%).
- Trabalho de grupo (50%);
- Exame de recurso e de melhoria (100%)

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

- The teaching and learning process involves lectures to present the key theoretical and conceptual issues, and a practical component with in class case discussions, for which students should prepare carefully.

Following the established assessment regime for ESGHT Masters Courses the assessment criteria is as follows:

- Exam (50%).
- Group work (50%)

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino promove a análise e síntese de inter-relações entre os conceitos básicos e metodologias de análise de gestão estratégica. Por outro lado, incentiva a análise crítica de casos práticos e o desenho e avaliação de cenários alternativos. O trabalho em grupo orienta-se para a aprendizagem do pensamento estratégico aplicado às empresas.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The methodological orientation adopted proposes a dynamic approach to content that reconciles the scientific rigor with the creation of contexts that induce the approach to business reality, both through analysis and discussion of case studies and prompting students to develop a real company strategic analysis in the context of tourist industry. The design of pedagogical activities seeks to stimulate the capacity for critical analysis and understanding and the application of complex content in the area of strategic management.

3.3.9. Bibliografia principal:

Evans, N Campbell, D e Stonehouse, G (2003). Strategic Management for Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Harrison, J S e Enz, C A (2004). Hospitality Strategic Management: Concepts and Cases. Chichester: Wiley.

Santos, A. R (2008). Gestão Estratégica: Conceitos, Modelos e Instrumentos. Lisboa: Escolar Editora.

Porter, Michael E. (2004). Estratégia Competitiva – Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência, São Paulo: Elsevier Editora.

Mapa IV - Sistemas Informáticos de Apoio à Decisão / Information Systems to Decision Support**3.3.1. Unidade curricular:**

Sistemas Informáticos de Apoio à Decisão / Information Systems to Decision Support

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Célia Maria Quitério Ramos (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Atualmente, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), em particular as ferramentas de Business Intelligence (BI), constituem-se como parceiros fundamentais da moderna Gestão Turística, sendo fulcrais na rentabilização e otimização dos processos internos e na gestão das relações com os clientes e demais stakeholders.

A presente unidade curricular pretende sensibilizar os alunos para as potencialidades e desafios associados à utilização e implementação destas ferramentas na gestão das organizações abordando questões como a gestão da informação e conhecimento no âmbito das operações, do planeamento e da obtenção de vantagens competitivas, as suas componentes, a necessidade de uma correta modelagem e implementação e a complementaridade entre aplicações específicas para turismo e as ferramentas standard.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Nowadays, the Information and Communication Technologies (ICT), in particular the tools of Business Intelligence (BI), constitute themselves as key partners of the modern tourism management, being central to profitability and optimization of internal processes and the management of relations with customers and other stakeholders.

This curricular unit aims to give students an awareness of the potential and challenges associated with the use and implementation of these tools in the management of organizations. Address issues such as information and knowledge management in operations planning and, in obtaining competitive advantages, the need for a correct modelling and implementation and complementarity between specific applications for tourism and the standard tools.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Conceitos de Sistemas de Apoio à Decisão*
2. *Sistemas de Gestão de Bases de Dados e Modelos de Representação de Dados*
Fundamentos de Base de Dados Relacional
- 2.1. *Fundamentos de Base de Dados Dimensional*
3. *Modelo de dados e relatórios para Business Intelligence (Power Pivot e Power View)*
- 3.1. *Importar dados para o modelo de dados*
- 3.2. *Relacionamento de dados*
- 3.3. *Inserção de colunas calculadas e expressões agregadas*
- 3.4. *Criação de hierarquias*
- 3.5. *Funções de filtro*
- 3.6. *Criar relatórios de análise de dados*
- 3.7. *Otimizar relatórios*
4. *Aplicação Prática com Software para Operações Turísticas: Gestão de Operações de Alojamento, de AV, de Transportes ou de distribuição*
- 4.1. *Configurações de Base*
- 4.2. *Gestão de Alojamentos, de Agências ou de canais de distribuição*
- 4.3. *Gestão de Faturação e Contas-correntes*
- 4.4. *Análise de Informação de apoio à Gestão*

3.3.5. Syllabus:

1. *Concepts of decision support systems*
2. *Database Management Systems and Data representation Models*
- 2.1. *Fundamentals of relational database*
- 2.2. *Fundamentals of dimensional database*
3. *Data model and reports to Business Intelligence (Power Pivot and Power View)*
- 3.1. *Import data into the data model*
- 3.2. *Data relationship*
- 3.3. *Insert calculated columns and aggregate expressions*
- 3.4. *Creation of hierarchies*
- 3.5. *Filter functions*
- 3.6. *Create data analysis reports*
- 3.7. *Optimize reports*
4. *Practical application with Software for tourism operations: Operations management of accommodation, transport, travel agencies or distribution*
- 4.1. *Base settings*
- 4.2. *Management of Accommodation, travel agencies or distribution channels*
- 4.3. *Billing and Current accounts management*
- 4.4. *Information analysis to management support*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A sociedade atual é cada vez mais uma sociedade de informação, na qual a informação é um bem essencial. Nesse sentido, é necessário dotar os alunos de conhecimentos teóricos sobre as tecnologias de informação e de comunicação que auxiliam o profissional no processo de tomada de decisão. As organizações que pretendem ser competitivas na sociedade atual, de forma a garantir a sua sobrevivência, têm de estar munidas de profissionais que considerem ferramentas de apoio à decisão, com vista a potenciar o aumento de produtividade, a dar respostas adequadas, bem estruturadas e atempadas aos seus clientes, os quais podem estar na mesma cidade ou noutra região do globo.

Nesse contexto, para além dos conceitos teóricos, é necessário abordar de forma prática os conceitos lecionados, através da resolução de casos práticos de forma a resolver problemas associados à estruturação da informação, bem como à elaboração de quadros que permitam a gestão da informação de forma mais adequada, desde a representação gráfica até à manipulação de grandes listas de dados, de forma a apoiar o decisor nas suas tomadas de decisão e a aumentar a produtividade dos profissionais no desempenho das suas atividades nas organizações turísticas.

Um gestor de operações turísticas deve possuir conhecimentos que lhe permitam colaborar na procura e desenvolvimento de modelos e de soluções para a representação e manipulação de informação, tendo em conta os desafios profissionais quotidianos e a crescente necessidade de trabalho em equipas multidisciplinares, característica inerente a todas as atividades turísticas.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Society today is increasingly an information society in which information is essential. In this sense, it is necessary to provide students with theoretical knowledge about the information and communication technologies that help the professional in the decision-making process. Organizations that wish to be competitive in current society in order to ensure their survival must be fitted with professionals who consider decision support tools, with a view to increased productivity, to give well-structured and timely appropriate responses to their customers, who can be in the same city or in another region of the globe.

In this context, in addition to the theoretical concepts, it is necessary to deal in a practical manner with the concepts taught, through the resolution of practical cases in order to solve problems associated with the structuring of information, as well as the development of frameworks that support the information management more appropriately, for example, the graphical representation to handling large lists of data, in order to support the decision makers in their decision making, with the aim to increase the productivity of professionals in carrying out their activities in tourism organizations.

A tour operations manager must possess knowledge to enable him/her to cooperate in the search and development of models and solutions for the representation and manipulation of information, taking into account the daily professional challenges and the growing need to work in multidisciplinary teams, a feature inherent to all tourist activities.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino apresenta-se sob a forma de aulas teórico-práticas, integrando exercícios e simulações, lecionadas em laboratório de Informática.

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT, de acordo com as Normas de Funcionamento e Regime de Avaliação dos Cursos de Mestrado.

60% - Teste;

40% - Trabalho de grupo (pode ser substituído por um teste com a ponderação de 100%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodology is presented in the form of theoretical and practical lessons, integrating exercises and simulations, taught in computer laboratory.

The curricular unit will work on the evaluation scheme established for the Masters of the ESGHT, according to the rules of operation and scheme for the evaluation of master courses.

60% - Test;

40% - Group Work (both can be replaced by a single test weighing 100%);

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Esta unidade curricular tem como objetivos específicos, entre outros, capacitar os alunos com conhecimentos sobre os conceitos, as potencialidades e a terminologia associada às ferramentas de apoio à decisão, bem como dotar os alunos com capacidade para questionar, analisar, interpretar, construir modelos, estabelecer relações e resolver problemas na sua atividade profissional, características essenciais ao sucesso das organizações turísticas através do aumento da produtividade suportado por tecnologias de informação, bem como apoio à tomada de decisão com vista à resolução de problemas laborais.

A metodologia de ensino praticada é caracterizada por uma componente pedagógica teórico-prática e ativa, pautando a docência por intenções motivacionais na realização e estímulo de um ambiente agradável e bidirecional na comunicação e no ensino. Para além disso as aulas são ministradas com o objetivo de transmitir competências técnicas e de suscitar a reflexão sobre os conteúdos, bem a realização de casos práticos onde é necessário aplicar os conceitos ministrados na unidade curricular, com o objetivo de capacitar os profissionais às necessidades na gestão de operações turísticas, de os preparar para se adaptarem a novos desafios bem como para se aperceberem das potencialidades das ferramentas de apoio à decisão para melhorar as funcionalidades das atividades de gestão, que desempenham nas suas organizações.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

This curricular unit has the following objectives, among others: to empower students with knowledge about the concepts, capabilities, and terminology associated with decision support tools, to provide students with the ability to question, analyse, interpret and build models, to establish relationships and solve problems in their professional activity. These characteristics are essential to the success of tourism organizations, since they will help to increase productivity with the support of information technologies to decision making for the resolution of labour problems. The teaching methodology practiced is characterized by a theoretical-practical pedagogical component, guided by the teaching and motivational intentions in achieving a pleasant and stimulating environment in a bidirectional way in communication and in teaching. Furthermore, lessons are taught with the aim of transmitting technical skills and encourage reflection on the content and on the implementation of practical cases where it is necessary to apply the concepts taught in the curricular unit. These characteristics are essential to achieve the objective of training professionals in the needs of the management of tourism operations, to prepare them to adapt to new challenges as well as to understand the potential of decision support tools to improve the functions of management activities, which they perform in their organizations.

3.3.9. Bibliografia principal:

Amaral, L. (2005). Sistemas de Informação Organizacionais, Edições Sílabo.

Bocij, P. (2005). Business Information Systems: Technology, Development and Management for the E-business, 3rd Edition, Prentice Hall.

Caldeira, C.P. (2012). Data Warehousing: Conceitos e Modelos, 2ª edição, Lisboa: Edições Sílabo.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2011). Essentials of management information systems. Upper Saddle River: Pearson.

Lopes, F., Morais, M., & Carvalho, A. (2005). Desenvolvimento de Sistemas de Informação, Métodos e Técnicas, FCA - Editora Informática.

Pease, P., Rowe, M., & Cooper, M. (2011). The Role of ICT in Regional Tourism Providers. Asia Pacific Journal of Economics and Business, 9(2), 50-62.

Santos, M. & Ramos, I. (2006). Business Intelligence: Tecnologias da Informação na Gestão de Conhecimento, FCA Editora de Informática.

Mapa IV - Comunicação e Distribuição em Turismo / Communication and Placement in Tourism

3.3.1. Unidade curricular:

Comunicação e Distribuição em Turismo / Communication and Placement in Tourism

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos – 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Os objetivos da unidade curricular são:

Promover a compreensão das novas dinâmicas da distribuição em turismo;

Capacitar para a tomada de decisão referente à distribuição de produtos e serviços no seio de uma organização;

Promover o entendimento dos fundamentos da comunicação integrada em turismo;

Capacitar para a tomada de decisão referente à comunicação no seio de uma organização;

Promover o conhecimento de novas formas de comunicação, com especial ênfase para a comunicação em suporte digital.

No final da unidade curricular, espera-se que o estudante seja capaz de:

Compreender as principais dinâmicas e constrangimentos no desenvolvimento e implementação de políticas de distribuição e comunicação;

Conhecer os principais recursos necessários para a implementação da distribuição e comunicação, quer online quer offline;

Implementar uma estratégia de distribuição e comunicação adequada à organização.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The aims of the curricular unit are:

To promote the understanding of the new dynamics of distribution in tourism;

To empower for decision-making concerning the distribution of products and services within an organization;

To promote the understanding of the fundamentals of integrated marketing communication in tourism;

To develop decision making capacity regarding integrated marketing communication within an organization;

To promote the knowledge of new forms of communication, with special emphasis on digital forms of communication.

At the end of the curricular unit, it is expected that the student should be able to:

- Understand the main dynamics and constraints in the development and implementation of distribution and communication policies;*

- Know the main resources needed for the implementation of distribution and communication, whether online or offline;*

- Implement a proper distribution and communication strategy.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. Distribuição em turismo

1.1 Fundamentos da distribuição em turismo

1.2 Gestão estratégica da distribuição em turismo

1.2.1 Distribuição direta

1.2.2 Distribuição indireta

2. Comunicação integrada em turismo

2.1 Fundamentos da comunicação integrada em turismo

2.2 Novas formas de comunicação em turismo (online e offline)

3.3.5. Syllabus:

1. Placement in tourism

1.1 Fundamentals of distribution in tourism

1. 2. Fundamentals of strategic distribution management in tourism

1.2.1 Direct distribution

1.2.1 Indirect distribution

2. Integrated marketing communication in tourism

2.1 Fundamentals of integrated marketing communication in tourism

2.2 New forms of communication in tourism (online and offline)

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Esta unidade curricular centra-se no reconhecimento que a distribuição e comunicação em turismo têm vindo a sofrer alterações profundas devido ao surgimento e contínuo desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação, bem com às alterações profundas no comportamento do consumidor referentes à forma como pesquisa e reserva produtos turísticos. Neste sentido, é efetuado no ponto 1.1 uma caracterização das dinâmicas e constrangimentos da distribuição em turismo. As temáticas abordadas neste ponto vão ao encontro do objetivo - Promover a compreensão das novas dinâmicas da distribuição em turismo.

No ponto 1.2 é efetuada uma análise detalhada das formas de distribuição direta e indireta com especial ênfase para as potencialidades e constrangimentos que as diferentes formas de distribuição comportam. Paralelamente, no âmbito desta unidade curricular são endereçados convites a organizações detentoras de softwares que permitam a distribuição digital de produtos turísticos para que os estudantes possam contactar diretamente com esses equipamentos. A interação com os diferentes softwares é efetuada sob a forma de workshops e de apresentações em sala de aula. As temáticas e as abordagens contidas neste ponto permitem concretizar o objetivo - Capacitar para a

tomada de decisão referente à distribuição de produtos e serviços no seio de uma organização. Face às alterações profundas verificadas na sociedade atual, torna-se imperativo que as organizações, independentemente de serem empresas ou organizações sem fins lucrativos, adotem uma política de comunicação integrada. Neste sentido, no ponto 2.1 é efetuada uma análise aprofundada das diferentes ferramentas disponíveis para implementar uma política de comunicação integrada. Serão apresentados e analisados em sala de aula alguns estudos de caso que ilustrem boas práticas no desenvolvimento de políticas de comunicação integrada no setor do turismo. No ponto 2.2 é efetuada uma apresentação de novas formas de comunicação em turismo, com especial ênfase para a comunicação em suporte digital. O ponto 2.1 vai ao encontro e permite concretizar o objetivo - Promover o entendimento dos fundamentos da comunicação integrada em turismo e o ponto 2.2 pretende-se que permita concretizar os objetivos - Capacitar para a tomada de decisão referente à comunicação no seio de uma organização e promover o conhecimento de novas formas de comunicação, com especial ênfase para a comunicação em suporte digital.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

This course focuses on the recognition that distribution and communication in tourism have been suffering profound changes due to the emergence and development of new information and communication technologies, as well as the profound changes in consumer behaviour regarding the way search and booking of tourism products is carried out. In this sense, a characterization of the dynamics and constraints of distribution in tourism is made in section 1.1. The themes addressed in this section will meet the aim – to promote understanding of the new dynamics of distribution in tourism.

In section 1.2 a detailed analysis of the forms of direct and indirect distribution is performed with special emphasis on the potentialities and constraints of both forms of distribution. In addition, in this curricular unit invitations to software developers are addresses to allow students to have direct contact with specific important software. The interaction with the different software is performed in the form of workshops and presentations in the classroom. The themes and approaches contained in this section allow to achieve the goal – to Empower for decision-making concerning the distribution of products and services within an organization.

Given the profound changes occurring in society, it becomes imperative that organizations, regardless of whether they are businesses or nonprofit organizations, adopt a policy of integrated marketing communication. In this sense, in section 2.1 an in-depth analysis of the various tools available to implement an integrated marketing communication policy is performed. In order to illustrate good practices in integrated marketing communication in the tourism sector, different case studies will be presented and analyzed in the classroom. In section 2.2 new forms of communication in tourism will be presented, with special emphasis on communication in digital form. The issues addressed in section 2.1 allow us to achieve the aim – to promote understanding of the fundamentals of integrated marketing communication in tourism and the section 2.2 is intended to achieve the aims – to empower for decision-making regarding communication within an organization and promote knowledge of new forms of communication, with special emphasis on communication in digital form.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino consubstanciam-se na exposição descritiva dos conceitos apresentados no programa da unidade currículo. Num segundo momento existe igualmente o recurso a materiais audiovisuais como forma de apresentar e ilustrar as temáticas descritas e exploradas anteriormente.

Uma vez apresentados e explorados os principais conceitos, segue-se a análise e discussão de diferentes estudos de caso, previamente selecionados. Paralelamente, são apresentados em sala de aula e em workshops organizados no âmbito da unidade curricular, apresentação de softwares pertinentes para as temáticas apresentadas e analisadas, estando igualmente prevista a possibilidade dos estudantes poderem contactar diretamente com os softwares apresentados.

Avaliação:

100% - Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal);

100% - Exame de recurso e de melhoria.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies are based on descriptive exhibition of the concepts presented in the syllabus of the curriculum unit. Secondly there is also the use of audiovisual materials as a way to introduce and illustrate the issues described and explored previously.

Once the main concepts are presented and explored, the analysis and discussion of different case studies, previously selected, follows. At the same time, presentation of software relevant to the issues discussed and analyzed is presented in the classroom and in workshops organized in the context of the curricular unit, providing the possibility of students to contact directly with the software.

Assessment:

100% - individual test written (to be held on the date of the regular exam);

100% - Final exam (for students that failed the previous exam).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A unidade curricular visa proporcionar aos estudantes os referenciais teóricos e as ferramentas metodológicas que lhes permitam analisar, compreender e finalmente tomar decisões referentes à distribuição e comunicação no seio das organizações onde desenvolvem a sua atividade. Neste sentido, é levada a cabo em sala de aula uma exposição sistemática e organizada da informação, como forma de fornecer aos alunos os referenciais teóricos e os novos enquadramento em que a distribuição e comunicação se processam, bem como as ferramentas metodológicas mais relevantes na área de estudo.

Complementarmente e como forma de desenvolver nos estudantes competências de reflexão e de crítica são

apresentados estudos de caso que ilustrem particularmente bem as temáticas em questão. A unidade curricular visa igualmente capacitar os estudantes para a tomada de decisão e a operacionalização de tarefas de distribuição e comunicação em turismo, promovendo-se neste sentido o contacto com diferentes softwares direcionados para a realização dessas tarefas, quer em sala de aula quer mediante a realização de workshops.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The curricular unit aims to provide students with the theoretical references and methodological tools that enable to analyze, understand and ultimately make decisions regarding the distribution and communication within the organizations. In this sense, a systematic and organized exhibition of information is carried out in classroom, as a way to provide students with the theoretical references and the new framework of communication and distribution in tourism as well as the most relevant methodological tools in this area.

In addition and as a way of developing in students reflection and critical skills case studies that illustrate particularly well the themes in question are presented. The syllabus also aims to empower students for decision-making and operation of distribution and communication tasks in tourism, promoting in this way the contact with different software, whether in the classroom or by organizing workshops.

3.3.9. Bibliografia principal:

Adolpho, C. (2012). Os 8 Ps do marketing digital: o guia estratégico do marketing digital. Lisboa: Texto Editores.

Carrera, F. (2012). Marketing digital na versão 2.0, 2ª edição. Lisboa: Edições Sílabo.

Egger, R. & Buhalis, D. (2008). eTourism: case studies. Oxford: Elsevier.

Kotler, P., Bowen, J. T. & Makens, J. C. (2010). Marketing for hospitality and tourism, (5th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2010). Marketing 3.0. Lisboa: Actual Editora.

Morrison, A. M. (2013). Marketing and managing tourism destinations. New York: Routledge.

Ascensão, C. P. (2011). Google marketing: a mais poderosa arma para atingir os seus clientes. Lisboa: Edições Sílabo.

Mapa IV - Gestão Financeira / Financial Management

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão Financeira / Financial Management

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Leonor Cruz Reis Salsa - 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Nesta unidade curricular pretende-se que os estudantes conheçam os princípios gerais da gestão financeira empresarial com vista à tomada de decisões e ao conhecimento do impacto que estas têm ao nível da rentabilidade económica e financeira e no equilíbrio financeiro da empresa, a médio e longo prazo e a curto prazo. Assim, o objetivo principal é dotar os estudantes de competências que lhes permitam vir a tomar decisões que conduzam à criação de valor e ao desenvolvimento sustentado e equilibrado das empresas turísticas.

Competências Genéricas:

- Desenvolvimento do espírito crítico acerca da problemática em questão;*
- Determinar o efeito das decisões empresariais na rentabilidade económica e financeira;*
- Relacionar as decisões de investimento e de financiamento e o seu impacto na situação financeira empresarial a médio e longo prazo;*
- Dominar os princípios básicos da gestão financeira de curto prazo.*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

In this curricular unit it is intended to provide skills and knowledge that will enable students to understand the principles of corporate finance and to make decisions knowing the impact of those in terms of economic and financial profitability and financial balance. The main goal is that students can develop skills to assume decisions that can create value to the firm and a sustainable and balanced development of tourist firms.

General Skills:

- To develop critical thinking about the issues in question;*
- To determine the effect of business decisions on economic and financial profitability;*
- To link investment and financing decisions and its impact on corporate financial situation in the medium and long-term;*
- To dominate the basics concepts of corporate financial management in short-term.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

*I – Decisões financeiras empresariais e criação de valor
Conceito e âmbito da gestão financeira*

Demonstrações financeiras
Decisões financeiras e a criação de valor
 II – *Rendibilidade e risco empresarial*
Rendibilidade económica
Rendibilidade financeira
Indicadores da teoria do Custo-Volume-Resultado
Risco operacional
Risco financeiro
 III – *Planeamento financeiro a médio e longo prazo (MLP)*
Equilíbrio financeiro a MLP
Fontes de financiamento e custo do capital
Interação entre decisões de investimento e de financiamento
 IV – *Gestão financeira de curto prazo*
Noção de liquidez
Gestão dos créditos a curto prazo
Gestão dos meios financeiros líquidos
Gestão dos débitos a curto prazo

3.3.5. Syllabus:

I - Financial decisions and the value of the firm
Concept and scope of corporate finance
Financial statements
Financial decisions and company value
 II – *Profitability and risk*
Economic profitability
Financial profitability
Indicators of cost-volume-profit theory
Operational risk
Financial risk
 III – *Financial management in medium and long-term*
Financial balance
Financing sources selection and the cost of capital
Investment and financing decisions interaction
 IV - *Financial management in short-term*
Notion of liquidity
Management of short-term financial applications
Management of short-term financial sources

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Todas as decisões empresariais têm impacto na situação económica e financeira e na criação de valor para a empresa. Numa parte introdutória é necessário conhecer o âmbito da gestão financeira, as principais demonstrações financeiras e os conceitos associados à criação de valor empresarial.

A análise da rendibilidade económica e financeira da empresa implica o conhecimento da sua estrutura de rendimentos e de gastos, dos seus resultados operacionais, do impacto das decisões de financiamento nos resultados e do nível do risco (operacional e financeiro) em que a empresa incorre.

A ligação entre as decisões de investimento e de financiamento e o custo das fontes de financiamento utilizadas pela empresa é importante para o equilíbrio financeiro da empresa a médio e longo prazo e deve ser tida em conta no planeamento das decisões empresariais.

O conhecimento das alternativas para a gestão dos recursos a curto prazo é determinante na manutenção de um nível adequado de liquidez, em especial no âmbito da complexidade inerente às empresas turísticas.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

All company decisions have impact in its economic and financial situation and in company value. In the first place, it is necessary to understand the scope of corporate finance, financial statements and concepts related to company value.

The study of economic and financial profitability requires the understanding of other concepts like structure of revenues, expenses and operational results, financing decisions impact on results and risk level of the firm.

The link between investment and financing decisions and the cost of capital is very important for the corporate financial equilibrium in medium and long-term and should be taken into account in the planning of business decisions.

The financial planning, either in the medium and long-term or in the short-term, determines the way and the consequences of the implementation of these decisions in practice. Knowing the different alternatives for managing the short-term financial resources (applications or funding) is crucial in maintaining an adequate level of liquidity, particularly in the context of the complexity inherent to the tourism businesses.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

No ensino-aprendizagem da unidade curricular recorre-se às seguintes metodologias:

- *Aula expositiva – teórica e prática*
- *Debate de matérias em sala de aula*
- *Estudo de casos*
- *Orientação tutorial*
- *Estudo livre*

A avaliação será efetuada através de um exame de época normal e outro de época de recurso conforme previsto no calendário letivo, sendo que a cada um corresponderá a ponderação de 100%.

As provas de exame serão realizadas sem consulta bibliográfica.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The following methodologies underly the teaching-learning process for this curricular unit:

- *Lecture: theoretical and practical classes*
- *Critical debate in the class-room*
- *Exercises and Case Studies*
- *Tutorial guidance*
- *Independent study*

Assessment will be made through an examination as provided for in the academic calendar, with a weighting of 100%. The examination shall be carried out without consultation.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Dados os objectivos e a natureza da unidade curricular as aulas são de carácter teórico-prático, procedendo-se à apresentação e discussão de conceitos, metodologias e técnicas através de diversos recursos, nomeadamente diapositivos, bibliografia na área, sítios da internet e à análise e discussão de casos práticos. Estas metodologias permitirão o desenvolvimento do espírito crítico acerca da problemática em estudo, a realização de um diagnóstico correto da situação da empresa, a apresentação de sugestões para a tomada de decisões e o planeamento tendo em vista o seu impacto no desempenho económico da empresa e a adequação do ponto de vista financeiro. Na avaliação das opções é importante que o estudante consiga compreender as consequências económicas e financeiras das decisões das diferentes áreas funcionais das empresas turísticas.

As tutorias servem de complemento às aulas permitindo ao docente a orientação do estudo de casos e do estudo livre dos estudantes.

A avaliação será baseada num exame final destinado a verificar, principalmente, o grau de conhecimento exacto, o de entendimento conceptual e o da capacidade de raciocínio, sendo consequente com as metodologias usadas.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Based on the goals of the curricular unit, most of the classes are theoretical-practical and they include the presentation and also the discussion of concepts and techniques, with the support of slides and other similar teaching materials, while others are more practical and they include case-studies and practical examples from the business world.

The analysis and evaluation of economic and financial profitability, the financial equilibrium, the financial process in long and short-terms are studied based on solving exercises and case studies to simulate business reality in order to optimize financial decision towards several alternatives in the context of tourism businesses.

The tutorials complement the lectures allowing the teacher to guide the analysis of practical cases and the students' free study.

Evaluation will be based on a final exam designed to primarily assess the level of exact knowledge, conceptual understanding and reasoning ability, being consequent with the methodologies used.

3.3.9. Bibliografia principal:

Brealey, Richard A.; Franklin Allen e Stewart C. Myers (2007), Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill Education-Europe.

Barros, Carlos e Aquino Barros (1998), Análise e Gestão Financeira de Curto Prazo, Vulgata, Lisboa.

Damodaran, Aswath (2003), Corporate Finance - Theory and Practice, 2.ª edição, Wiley, EUA

Esperança, José P. e Fernanda Matias (2009), Finanças Empresariais, Texto Editores, Lisboa.

Menezes, H. Caldeira (2008), Princípios de Gestão Financeira, 11ª edição, Editorial Presença, Lisboa.

Mota, António G.; João Pedro Nunes e Miguel Almeida Ferreira (2010), Finanças Empresariais: Teoria e Prática, Edições Sílabo, Lisboa.

Nabais, Carlos A. e Francisco Nabais (2011), Prática Financeira II – Gestão Financeira, 4ª edição, Lidel Editora, Lisboa.

Silva, Eduardo Sá (2011), Gestão Financeira – Análise de fluxos financeiros, 5ª edição, Vida Económica, Lisboa.

Mapa IV - Direito do Património Cultural / Law of Cultural Heritage

3.3.1. Unidade curricular:

Direito do Património Cultural / Law of Cultural Heritage

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Virgílio Miguel Rodrigues Machado (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

O Património Cultural é um recurso turístico bastante abrangente onde interagem diversos atores públicos e privados, conferindo-lhe deste modo um grau de complexidade e transversalidade muito peculiar.

Esta unidade curricular visa analisar e avaliar a dinâmica deste recurso do ponto de vista sistémico e jurídico, de modo a demonstrar aos estudantes as várias relações jurídicas existentes entre Estados, organizações internacionais e nacionais, empresas e particulares.

Pretende-se avaliar as especificidades de cada uma das componentes do sistema jurídico do património cultural nas suas interações com o turismo e apresentar algumas das ferramentas e estratégias de gestão, planeamento e ordenamento que podem ser utilizadas para a sua competitividade, transversalidade e sustentabilidade.

Esta unidade curricular irá utilizar legislação internacional aplicável a vários destinos turísticos que permitam avaliar toda a dinâmica inerente às relações entre património cultural e turismo.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The Cultural Heritage is a fairly comprehensive tourist resource where various public and private actors interact, thus giving it a degree of complexity and a very peculiar interaction.

This curricular unit intends to analyze and evaluate the dynamics of this feature systemically and legally, to demonstrate to students the various existing legal relations between States, international and national, corporate and private organizations.

We intend to evaluate the specifics of each of the components of the legal system of cultural heritage in their interactions with tourism and present some of the tools and management strategies, planning and management that can be used for its competitiveness, sustainability and mainstreaming.

This course will use international law applicable to various tourist destinations to assess all the dynamics inherent to the relationship between cultural heritage and tourism

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Noção e âmbito do direito do património cultural. Considerações preliminares, noção; direito do património cultural e outros ramos de direito.*
2. *O ordenamento jurídico do património cultural. Evolução histórica e atualidade. O quadro constitucional.*
3. *Direito internacional do património cultural. Convenções internacionais. O direito comunitário.*
4. *O quadro legal. A Lei do Património Cultural. Diplomas legais relevantes.*

3.3.5. Syllabus:

1. *Definition and scope of cultural heritage law. Preliminary considerations. Law of cultural heritage and other law branches.*
2. *The legal system of cultural heritage. Historical evolution and present. The constitutional framework.*
3. *International law of cultural heritage. International conventions. Community law.*
4. *The legal framework. The Cultural Heritage Act. Relevant legislation.*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Pretende-se que esta unidade curricular permita aos estudantes compreenderem todo o quadro legal inerente ao direito do património cultural nacional e internacional na sua interação com o turismo, suscitando o debate a reflexão sobre os problemas atuais e futuros do sector. Os mestrandos deverão desenvolver capacidades de sistematização, análise crítica, oralidade e interatividade.

No final da unidade curricular espera-se que o mestrando seja capaz de:

- *Compreender a estrutura e a dinâmica do direito do património cultural;*
- *Entender como o sistema jurídico do direito do património cultural funciona na relação com o turismo;*
- *Identificar as relações jurídicas substanciais e processuais entre agentes públicos e privados nas relações com o património cultural e com o turismo.*
- *Apreender os principais problemas atuais e futuros do direito do património cultural em território nacional e internacional.*

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

It is intended that this course enables students to understand all the inherent right of national and international cultural heritage in its interaction with tourism regulatory framework, raising the debate to discuss the current and future problems of the sector. Master students should develop systematic capabilities, critical analysis, oral communication and interactivity.

At the end of the course it is expected that students should be able to:

- *Understand the structure and the dynamics of cultural heritage law;*
- *Understand how the legal system of cultural heritage law works in relation to tourism;*
- *Identify the substantive and procedural legal relations between public and private agents in dealing with cultural heritage and tourism*
- *Grasp the key current and future issues of cultural heritage law in national and international territory*

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular de Direito do Património Cultural adota como métodos de ensino a exploração de modelos jurídicos sistémicos para efeitos de planeamento e gestão estratégica, exposição e discussão de casos, estudos de caso, dinâmicas de grupo, apresentação e análise de trabalhos de grupo.

A avaliação desta unidade curricular será dividida entre um exame com consulta (60%) e um trabalho de grupo (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The course of the Cultural Heritage Law Adopts the methods of teaching the systemic exploitation of models for strategic planning and management, presentation and discussion of cases, case studies of group dynamics, presentation and analysis of group work.

The assessment of this course will be divided between an exam with consultation (60%) and group work (40%).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino sistémica é considerada a mais apropriada ao ensino e aplicação do Direito, seja para o enquadramento dos agentes e suas ações, bem como relações que estabelecem, factos, processos e garantias aplicáveis, seja ainda para sua aplicação a estudos de caso, em que o aluno é confrontado para a resolução de problemas concretos advenientes do enquadramento dos factos ao Direito.

A contextualização, a oralidade e a interatividade entre vários quadros legais serão estimuladas ao longo das aulas através de comparações, homologias e analogias que despertarão a compreensão do Direito do Património Cultural como um todo sistémico nas suas relações com a atividade turística.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The systemic education methodology is considered the most appropriate teaching method and application of the law to the framing of agents and their actions. It establishes relationships, facts and processes and application to case studies, in which the student is confronted to solve concrete problems arrangements from the framework of the law to facts.

The contextualization and interactivity between various legal frameworks will be stimulated during the lessons through comparisons, homologies and analogies that will awaken the understanding of the Law of Cultural Heritage as a systemic whole in its relations with tourism

3.3.9. Bibliografia principal:

Nabais, J.C. (2010). Introdução do Direito do Património Cultural. Coimbra: Almedina.

Preto, F.P. (2008). O Património Cultural no Planeamento e no Desenvolvimento do Território. Aveiro: Lugar do Plano.

Cabral, Clara, B. (2011). Património Cultural imaterial- Convenções da UNESCO e seus contextos. Lisboa: Edições 70.

Mapa IV - Economia da Cultura / Economics of Culture**3.3.1. Unidade curricular:**

Economia da Cultura / Economics of Culture

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Cláudia Helena Nunes Henriques (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

A unidade curricular visa proporcionar aos discentes o conhecimento da economia da cultura, através da apresentação e discussão de teorias e conceitos fundamentais. Simultaneamente, pretende estimular a reflexão crítica sobre a importância crescente da cultura para a economia, perspetivando-os enquanto domínios simbióticos.

Tem também como intenção estudar o turismo, enquanto setor económico estratégico para Portugal, procurando determinar o contributo da cultura para o seu desenvolvimento. Neste contexto, visa que os discentes apliquem o enquadramento teórico-conceitual da ciência económica à realidade do setor turístico, associados fundamentalmente ao domínio do turismo cultural.

Paralelamente, pretende dar a conhecer as políticas para o turismo e cultura, apoiando-se na análise de instrumentos de planeamento e gestão e em estudos de caso.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The curricular Unit aims to give the students the knowledge of the economics of culture through the presentation and discussion of theories and fundamental concepts. At the same time, aims to stimulate critical reflection about the growing importance of culture for the economy, besides its symbiotic domains. It also intends to study tourism, as an economic strategic sector for Portugal, seeking to determine the contribution of culture to its development. In this context, the students should apply the theoretical and conceptual framework of economic science to the reality of the tourism sector, defining and selecting key variables in the analysis as well as the interpretation and extrapolation of information through multiple indicators, associated fundamentally to the domain of cultural tourism. At the same time, this unit aims to make known the policies for tourism and culture, relying on the analysis of planning and management instruments and in case studies.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. Cultura: contextualização e desafios no contexto da sociedade pós-moderna, pós-fordista e global

1.1. A importância da cultura para o desenvolvimento

2. Economia, Cultura e Criatividade**2.1. Economia da cultura****2.2. Economia dos serviços e bens culturais****2.3. Externalidades****2.4. Bens públicos e privados****2.5. Indústrias culturais e criativas****2.6. Gestão de bens culturais****3. Turismo Cultural e Criativo****3.1. Importância económica do turismo e da cultura****3.1.1. A relação entre turismo e cultura****3.1.2. Património, eventos culturais, museus****3.2. Turismo cultural e criativo:****3.2.2. Conceptualização e desafios no contexto da sociedade pós-moderna, pós-fordista e global****3.2.3. Produção e gestão do turismo cultural****3.2.4. Impactos socioeconómicos do turismo cultural****4. Políticas para o turismo e cultura****4.1. Turismo e cultura como fatores de atratividade e competitividade dos destinos turísticos****4.2. Políticas nacionais e contexto internacional****3.3.5. Syllabus:****1. Culture: conceptualization and challenges in the context of postmodern, post-Fordist and global society****1.1. The importance of culture for development****2. Economics, culture and Creativity****2.1. Economy of culture****2.2. Economics of cultural goods and services****2.3. Externalities.****2.4. Public and private goods.****2.5. Cultural and creative industries****2.6. Management of cultural objects****3. Cultural and Creative Tourism****3.1. Economic importance of tourism and culture****3.1.1. The relationship between tourism and culture****3.1.2. Heritage, cultural events, museums****3.2. Cultural and creative Tourism****3.2.1. Conceptualization and challenges in the context of postmodern society, post-Fordist and global society****3.2.2. Production and management of cultural tourism****3.2.3. socio-economic impacts of cultural tourism****4. Policies for tourism and culture****4.1. Tourism and culture as factors of attractiveness and competitiveness of tourist destinations****4.2. National policies and international context****3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

A UC tem como objetivo geral proporcionar aos estudantes o conhecimento da economia da cultura, através da apresentação e discussão de teorias e conceitos fundamentais. Consequentemente, numa primeira etapa procura refletir sobre a cultura enquanto sector económico bem como os seus desafios no contexto da sociedade pós-moderna, pós-fordista e global. Simultaneamente reflete sobre a cultura e o turismo, num contexto económico criativo, numa perspetiva de futuro.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The curricular unit aims to give students general knowledge of the economics of culture through the presentation and discussion of theories and fundamental concepts. Consequently, as a first step, it seeks to reflect on culture as the economic sector as well as its challenges in the context of postmodern, post-Fordist and global society. Simultaneously reflects on culture and tourism, in an economic context in a creative perspective of future.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A unidade curricular tem aulas teórico práticas que são complementadas com análises de estudos de caso e palestras proferidas por entidades do sector público e privado associadas aos sectores da cultura e turismo. Em termos de avaliação é efetuado um exame com consulta que vale 60% da nota final. Existe um trabalho de grupo que vale 40% da nota.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The curricular unit theoretical lessons, practices that are supplemented with analyses of case studies and lectures given by public and private sector entities associated with the culture and tourism sectors. In terms of evaluation is conducted a survey with consultation worth 60% of the final grade. There is a group project which is worth 40% of the grade.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os métodos utilizados são sobretudo os expositivo, interrogativo, demonstrativo e ativo. As aulas teóricas assentam essencialmente nos métodos expositivos e interrogativos e as teórico-práticas em métodos demonstrativos e ativos.

Considerando os objetivos das aulas teóricas e teórico-práticas utilizam-se diversas técnicas, tais como: simulações, casos práticos, exercícios, jogos, brainstorming, etc.

Para fomentar o interesse investigacional aos alunos aciona-se a utilização de métodos exploratórios de estudo. A metodologia de ensino pretende ser diversificada, de modo a permitir o desenvolvimento do sentido crítico e reflexivo, nomeadamente através da análise dos casos práticos apresentados e dos exercícios temáticos, numa lógica constante de integração da teoria e da prática.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The methods used are mainly expository interrogative, demonstrative, and active. The lectures are based essentially on the exhibition and the interrogative methods and theoretical-practical demonstration and active methods.

Considering the goals of lectures are theoretical-practical various techniques are used, such as: simulations, case studies, exercises, games, brainstorming. To foster students' interest in research, exploratory methods of study are intensively used. The teaching methodology aims to be diversified, in order to allow for the development of critical and reflective thought, namely through the analysis of case studies and exercises presented in a thematic constant logic of integration of theory and practice.

3.3.9. Bibliografia principal:

Anheier, H.K.; Raj Isar, Y. (2008), Cultures and Globalization, The Cultural Economy, Sage Publications Ltd, Series The Cultures and Globalization Series

Henriques, C., (2003), Turismo, Cidade e Cultura – Planeamento e Gestão Sustentável. Lisboa: Edições Sílabo

Mateus, A. & Associados/MC (Ministério da Cultura (2010). O Setor Cultural em Portugal – Sumário Executivo, MC, Gpearl

OECD. (2009). The Impact of Culture on Tourism, OECD

Rizzo, I., Towse, R. (eds.). (2002). The Economics of Heritage. A study in the Political Economy of Culture in Sicily, Elgar, Cheltenham

Tan, S, Kung, S & Luh D. (2013). A Model of Creative Experience in creative tourism, Annals of Tourism Research, Vol. 41. 153-174.

Throsby, T. (2001). Economics and Culture, Cambridge: Cambridge University Press

Towse, R. (2003). A Handbook of Cultural Economics, UK: Edward Elgar.

Mapa IV - Turismo e Representações Culturais / Tourism and Cultural Representations

3.3.1. Unidade curricular:

Turismo e Representações Culturais / Tourism and Cultural Representations

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Carla Maria Miranda de Almeida (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Dar a conhecer os fenómenos culturais, em particular, na perspetiva da representação identitária coletiva.

Compreender os factos culturais desde a sua matriz sociocultural em particular os acontecimentos coletivos, públicos e simbólicos identitários. Compreender processos de objetificação cultural e turística. Identificar diversos fenómenos de objetificação cultural. Avaliar os processos de mercadorização turística. Ser capaz de criar acontecimentos de encenação cultural no espaço turístico.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Get to know the cultural phenomena, in particular from the perspective of the collective representation of identity.

Understand the cultural facts since its socio-cultural matrix in particular collective, public events and symbolic identity. Understand processes of objectification and cultural tourism. Identify various phenomena of cultural objectification. Assess the processes of commodification touristy. Be able to create staging cultural events in space tourism.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. Representação cultural: relações entre o local e o global

2. As Culturas em "Desfile": do saber fazer ao saber demonstrar. Cultura Imaterial: Ritos, Festividades e Mitos: Festivais

Cultura Material: Objetos da História, Artesanato e Artes Populares: Museus, e Demonstrações Temáticas. Cultura Natural: Parques Naturais

3. Hegemonia e a criação de "emblemas", "símbolos" de identidades particulares.

4. Turismo e a transformação da criação identitária local.

As ficções identitárias, mobilidades e consumo turístico: "falso e verdadeiro"

5. Elementos da recriação identitária: agentes e contextos de mudança; perfis e contextos turísticos.

Condição para o surgimento de representações culturais reconhecidas por anfitriões e turistas.

O papel do mediador cultural e do mediador turístico.

6. Elaborar um projeto de representação identitária: planificação e ação.

3.3.5. Syllabus:

1. Cultural representation: relations between the local and the global

2. Cultures in "Parade": know how to learn, to demonstrate. Intangible culture: Rites, Festivals and Myths. Material Culture Festivals: Objects of history, Popular Arts and Crafts: Museums, and Thematic Statements. The culture of Nature: Environmental Parks and the so-called traditional forms of living and inhabiting

3. Tourism: cultural globalization phenomenon. Association between hegemony and the recreation of particular identities "emblems" or "symbols" and practices

4. Tourism and transformation of identity creation site. The fictions of identity, mobility and tourism consumption: "false and true"

5. Rebuilding identity elements: contexts and agents of change; profiles and tourism contexts. The conditions for the emergence of cultural representations recognized by hosts and tourists. The role of the mediators: cultural and tourism.

6. A project of identity representation: doing a research and making an offer

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos estabelecem uma linha que vai do conhecimento das temáticas abordadas na Unidade Curricular, à capacidade de avaliação e de construção de ofertas na área das Representações Culturais direta ou indiretamente, presentes na experiência turística. A presença fugidia do turista leva-o a procurar elementos simbólicos da identidade do "outro" de modo a que essa mesma experiência, feita em nome de uma alternância de sentidos, se revele gratificante. Fruir do conhecimento cultural do destino ou ter a sua experiência cultural, são hoje, reconhecidos como parte integrante da viagem, tratando-se ou não, da prática deliberada do turismo cultural. As representações culturais são formas sincréticas, metafóricas e por isso eficazes na satisfação destes desejos. Há todavia que encontrar articulações entre os "produtores culturais" e os "consumidores turísticos", de modo a que as necessidades de ambos promovam o "bom encontro". Para tal, há que reconhecer os fenómenos culturais identitários presentes nas arenas turísticas, para além destes palcos. A representação é parte integrante de qualquer cultura, assim se transmitem os seus valores, conhecimentos e modos de fazer. Por isso há que conhecer a natureza dos fenómenos culturais, debater algumas tautologias de conhecimento comum sobre os mesmos, e, identificar as vertentes de abertura à oferta turística. Deste modo não só o turista ganha na qualidade da representação, como as populações locais mantêm os direitos que lhes assistem na defesa do seu património. A preparação de planos de atividades tendo como base a cultura serão proposta segundo o princípio da articulação. Procura-se que os alunos tenham uma visão crítica e criadora, sem as quais os articulados de representação tendem a repetir-se e a esgotar-se em formas sem conteúdos. Estarão também mais aptos a responder com a oferta de acontecimentos que primem pela qualidade e que conduzam à diferenciação positiva do destino turístico aos olhos dos turistas. Estes são, no século XXI sujeitos ativos na construção do destino turístico em procura da "autenticidade", do conhecimento, da informação diferenciada e não repetitiva e superficial. As representações que sejam preparadas terão também elas que refletir esse empenhamento, explícito ou implícito. Ou por outras palavras, aos olhos dos turistas, o real (objetificação turística) deve superar o virtual (contextos de informação turística generalista). No contexto desta problemática a preparação e planificação destas representações surge como o corolário da intervenção de três eixos. O local, o contexto turístico e os mediadores (cultural e turístico).

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus sets out a line that runs from the knowledge of the themes in the Curricular Unit, capacity building and evaluation of offers in the area of Cultural Representations directly or indirectly present in the tourist experience. The elusive presence of the tourist takes you to seek symbolic elements of the identity of the "other" so that this same experience, made on behalf of an alternation of senses, proves to be rewarding. To enjoy the cultural knowledge of the destination or to have a cultural experience, are today recognized as an integral part of the trip, a deliberate (or not) practice of cultural tourism. Cultural representations are syncretic forms, metaphoric and effective satisfaction of these desires. There is however to find links between the "cultural producers" and the tourist and cultural consumers.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias seguidas variam ao longo da aprendizagem na Unidade curricular. No início será mais presente a estratégia expositiva com recurso a discussão de textos bibliográficos. Uma vez estabelecidas as premissas teóricas, as mesmas serão debatidas em torno de estudos de caso: artigos académicos, informações de marketing turístico, audiovisuais. Serão convidados agentes do sector, de organizações formais e informais, de modo a debater com os alunos as questões que possam decorrer da sua experiência. Serão ainda efetuadas visitas de estudo a diversas instituições (museus, salas de espetáculos, autarquias, associações, empresas). Estas visitas de estudo procurarão ter o acesso aos "bastidores", ao conhecimento da preparação de performances culturais.

A avaliação será feita através de um trabalho individual: criar uma representação cultural, em contexto turístico. A metodologia será a de "working in progress"; uma monitorização contínua do trabalho de pesquisa.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The methodologies followed vary along the learning in the curricular unit. At the beginning there will be more present the exhibition strategy using texts for discussion. Once the theoretical premises are established, the same shall be debated around case studies: academic articles, tourism marketing, audiovisual information. Agents of the sector will be invited, from formal and informal organizations, in order to discuss with students the issues that may arise from their experience. Field trips to various institutions will still be made (museums, theatres, local authorities, associations, shows companies). In these field trips students will have access to the "backstage", to the knowledge of the preparation of cultural performances.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A aprendizagem da Unidade Curricular procura fazer um levantamento através de áreas culturais de diversas naturezas comprometidas com formas de representação cultural. Mas este objetivo geral é precedido de uma abordagem teórica que procurará dar conta dos levantamentos teóricos sobre a matéria. Deste modo o conhecimento teórico e a aquisição de um conjunto conceptual que serão utilizadas como ferramentas de análise impõe-se no primeiro momento, mais expositivo e teórico. Todavia o debate constante dos textos de apoio, são por si só, exercícios que permitem bem compreender e integrar os conceitos fundamentais. Os acontecimentos culturais representativos de identidades locais, regionais ou nacionais, transpostos para a esfera da representação turística são uma depuração, reificação dos contextos originais, mas para compreender o processo há também que compreender a sua matriz original. As ficções turísticas não podem ser compreendidas, partilhadas e articuladas no terreno sem este conhecimento. Daí a importância de trazer estudos de caso que relatem ou traduzam estas metamorfoses. Todavia há que relativizar a capacidade de objetificação cultural do turismo, uma vez que a globalização provoca e suscita este mesmo fenómeno que é utilizado como recurso de diferenciação face à hegemonia global. Tratam-se portanto de contextos múltiplos e complexos que devem ser identificados, sobretudo a partir de estudos de caso em que a dimensão turística seja a privilegiada. Mas há também que ver e ouvir sobre fazer cultura, tradição, autenticidade, naturalidade e outros parâmetros de avaliação no terreno. Aqui se confrontam agentes culturais por vezes dispares entre si, contraditórios. Assim procura-se integrar estes processos de modo a que constem na elaboração de um projeto, uma planificação de um acontecimento cultural em espaço turístico. É neste processo de aprendizagem que o trabalho individual, com abordagem de um caso em concreto para a elaboração da proposta, surge. Não apenas como produto final, mas apresentado e debatido em fases de desenvolvimento do projeto. Deste modo procura-se transmitir aos alunos um método de construção de uma oferta performativa.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Learning syllabus seeks to survey through cultural areas of different natures committed to forms of cultural representation. But this general goal is preceded by a theoretical approach that will seek to give an account of the theoretical surveys on the subject. Thus, the theoretical knowledge and the acquisition of a conceptual set will be used as tools of analysis. However the constant debate of supporting texts, are alone exercises that allow you to well understand and integrate the fundamental concepts. Cultural events representing local, regional or national identities, transposed to the sphere of tourist representation are a cleansing, reification of the original contexts, but to understand the process we must also understand its original matrix. The tourist fictions cannot be understood, articulated and shared in the field otherwise. Hence the importance of bringing case studies that report or translate these metamorphoses. However we must relativize the ability of cultural tourism. Objectification as globalization causes and raises this same phenomenon which is used as a differentiating feature in the face of global hegemony. These are, therefore, multiple and complex contexts that must be identified, particularly from case studies in which the tourist dimension is the privileged. But we must also see and hear about making culture, tradition, authenticity, naturalness and other evaluation parameters in the field. Here facing cultural agents sometimes contradict each other. It is in the process of learning that the individual work arises as a concrete approach to the elaboration of the proposal. Not only as an end product, but presented and debated in development stages of the project. This seeks to convey to students a method of construction of a performative offer.

3.3.9. Bibliografia principal:

Appadurai, A, 1986. The Social Life of Things. Commodities cultural perspective. Cambridge: Cambridge University Press.
Graburn, N [1978] 1989. "Tourism: The Sacred Journey" Hosts and Guests - The Anthropology of Tourism. Smith, V. Ed. UPP: Philadelphia
MacCannell, D, 1999 [1976], The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. Berkeley e Los Angeles: University of California Press.
Lowenthal, D, 1985 The Past is a Foreign Country. Cambridge: Camb.University Press.
Raposo, P, A construção antropológica de um terreno: performances culturais. Experiência etnográfica em ciências sociais, (2003), 41-60.
Reisinger Y e Steiner, C J. 2006, "Reconceptualizing object authenticity". Annals of Tourism Research, 33(1), 65–86
Silva, M C. 2010. "Imaterialidade e Imaginação: novos mapas das culturas como recurso e como poder". Actas do Colóquio Museu e Património Imaterial. Lisboa: IMC
Yúdice, G. 2002. El Recurso de La Cultura. Usos de la Cultura en la Era Global. Barcelona: Gedisa Editorial

Mapa IV - Conceção e Gestão de projetos turístico-culturais/Design and Management of Tourist-Cultural Projects**3.3.1. Unidade curricular:**

Conceção e Gestão de projetos turístico-culturais/Design and Management of Tourist-Cultural Projects

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues Gonçalves (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Os empreendedores criativos são elementos principais para o desenvolvimento económico e cultural das comunidades. A emergência de estratégias de desenvolvimento local e regional centradas na economia das experiências e nas indústrias criativas e culturais, contribuiu para um novo olhar para os recursos e para uma agregação de temas e atividades capazes de trazer valor acrescentado à base económica tradicional. Contudo, são necessárias competências para promover essa avaliação de resultados. A UC estabelece como objetivo geral dotar os alunos dos conhecimentos principais para o planeamento e programação estratégica da gestão, económica e financeira de projetos turísticos e culturais. Como objetivos específicos apontam-se: identificar as fases do planeamento do projeto; conhecer os instrumentos de gestão, produção e avaliação de projetos; conhecer as principais formas de financiamento de projetos; avaliar a sustentabilidade económica e financeira de projetos turísticos e culturais.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Creative entrepreneurs are key elements for the economic and cultural development of communities. The emergence of local and regional development strategies focused on the economics of experiences and creative and cultural industries, contributed to a new look for the resources and for an aggregation of themes and activities capable of bringing added value to the traditional economic base. However, skills are necessary to upgrade this evaluation of results. The general objective establishes that the students from this curricular unit shall acquire the necessary knowledge to the strategic planning and programming, economic and financial management of tourist and cultural projects. The specific objectives are: to identify project planning phases; to know the management tools, production and evaluation of projects; to meet the main forms of financing of projects; to assess the economic and financial sustainability of tourist and cultural projects.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. Empreendedorismo e inovação na cultura e no turismo
2. Planeamento e gestão estratégica em cultura e no turismo
 - 2.1 Identificação da ideia de projeto (design, objetivos)
 - 2.2 Análise do mercado e do contexto (identificação das tendências da atividade, concorrência)
 - 2.3 Posicionamento, grupos-alvo, organização da estrutura operacional e de funcionamento
 - 2.4 Recursos a aplicar, fundraising, mecenato e outras formas de financiamento
3. Desenvolvimento do projeto/Business Plan
 - 3.1 Plano de marketing (análise do mercado, programação do projeto)
 - 3.2 Plano de gestão (estrutura organizativa e modelo de governança, equipa de gestão, parceiros, recursos materiais e humanos a afetar)
 - 3.3 Plano operacional (horas de operação, segurança, procedimentos de gestão financeira e crédito, formação)
 - 3.4 Project Financing (fontes de financiamento, previsão de vendas, período de recuperação, análise de investimento e de riscos)
4. Monitorização e avaliação de projetos

3.3.5. Syllabus:

1. Entrepreneurship and innovation in culture and tourism
2. Strategic planning and management in culture and tourism
 - 2.1 Identification of the project idea (design, objectives)
 - 2.2 market analysis and the context (identification of trends of activity, competition)
 - 2.3 positioning, target groups, organization of the operational structure and functioning
 - 2.4 resources to apply, fundraising, sponsorship and other forms of financing
3. Development of the project/Business Plan
 - 3.1 marketing plan (market analysis, programming of the project)
 - 3.2 Management Plan (organizational structure and governance model, the management team, partners, human and material resources to be allocated)
 - 3.3 Operational plan (hours of operation, security, financial and credit management procedures, training)
 - 3.4 Project Financing (financing sources, sales forecast, recovery period, investment and risk analysis)
4. Monitoring and evaluation of projects

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os desafios da sociedade pós industrial determinaram a procura de novas estratégias de desenvolvimento dos territórios que o ensino superior tem a responsabilidade de dar a conhecer e ajudar a compreender. Estas novas dinâmicas da sociedade requerem abordagens de gestão crescentemente integradoras de diferentes tipos de dimensões e fatores. Os produtos são hoje experiências onde se combinam atividades, emoções, equipamentos e recursos de vários tipos. A abordagem que se propõe procura demonstrar que nem todas as boas ideias podem ser bons projetos/negócios e que existem instrumentos e técnicas de suporte que podem contribuir para reduzir os riscos e para bons resultados no desenvolvimento dos projetos turísticos e culturais.

Espera-se com a proposta de conteúdos programáticos apresentados fornecer aos alunos condições básicas ao desenvolvimento de propostas empreendedoras de novos projetos nas áreas da cultura e na relação com o turismo. Uma vez concluída esta UC os alunos devem estar capacitados para:

- Compreender a importância da cultura e do património como recursos estratégicos para os destinos turísticos.
- Reconhecer as fases principais de desenvolvimento de um projeto de gestão turística e cultural.
- Identificar recursos, avaliar o seu potencial de desenvolvimento, conhecer o enquadramento legal necessário,

identificar parceiros, procurar fontes de financiamento e avaliar a viabilidade económica e financeira do projeto.
- Promover projetos empreendedores e inovadores na relação com a cultura e o turismo.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The challenges of post industrial society determined the search for new development strategies of the territories that higher education has a responsibility to inform and help you understand. These new dynamics of society require increasingly integrative management approaches different types of factors and dimensions. The products are today experiences which combine activities, emotions, equipment and resources of various kinds. The proposed approach seeks to demonstrate that not all good ideas may be good projects/business and support tools and techniques exist that can contribute to reducing the risks and for good results in the development of tourist and cultural projects.

It is hoped that the proposed syllabus presented will provide students with basic conditions for the development of entrepreneurial proposals of new projects in the areas of culture and relationship with tourism.

Once completed this curricular unit students should be able to:

-Understand the importance of culture and heritage as a strategic resource for tourist destinations.

-Recognize the main phases of development of a tourist and cultural management project.

-Identify resources, assess their potential for development, meet the necessary legal framework, identify partners, seek sources of financing and assess the economic and financial viability of the project.

-Promote enterprising and innovative projects in relation to culture and tourism.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino centrar-se-ão nas seguintes formas: Aulas expositivas teórico-práticas, onde terá lugar a apresentação e discussão ativa de projetos concretos; Seminários de apresentação e discussão de estudos de caso com professores e especialistas convidados; Orientação tutorial; Uma ou mais visitas de estudo a projectos em desenvolvimento.

As entidades regionais da cultura e do turismo, bem como os municípios, serão parceiros no desenvolvimento da aprendizagem fora da sala de aula. O estabelecimento de parcerias com outros organismos e empresas do sector privado procurará complementar a componente de aplicação prática dos conteúdos programados para a UC.

Os elementos de avaliação de frequência da UC integram a elaboração de uma proposta de projeto turístico e cultural (60%) e a sua apresentação (40%).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies will focus on the following: theoretical and practical lectures, in which the presentation and active discussion of specific projects will take place; seminars for the presentation and discussion of case studies with teachers and experts invited; tutorial guidance; one or more field trips to projects under development.

Regional entities of culture and tourism, as well as the municipalities, will be partners in the development of the learning outside the classroom. The establishment of partnerships with other agencies and private sector companies seek to complement the practical implementation of the content component programmed for this curricular unit.

The elements of evaluation for this curricular are the elaboration of a tourism and cultural project proposal (60%) and its presentation (40 percent).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As aulas teóricas serão, sempre que possível, intercaladas com casos práticos que possam contribuir para uma melhor compreensão dos diversos tópicos desenvolvidos no âmbito da conceção de um novo projeto turístico ou cultural.

Um primeiro ponto do programa contribuirá para a caracterização da emergência do empreendedorismo cultural e criativo na relação com o turismo, como processo que pode resultar de dentro de organizações já existentes e que estão a inovar, ou como processo de inovação e transformação do próprio tecido empresarial de um território.

O desenvolvimento de conceitos de gestão e planeamento na inter-relação com a cultura e o turismo terão uma atenção particular, permitindo aos estudantes desenvolver competências aplicadas a organizações que possuem características diferenciadas do sector empresarial em geral e que requerem maior flexibilidade, têm como matéria-prima principal a produção de serviços e possuem especificidades que importa reconhecer, sobretudo na relação com a cultura e no património.

A importância do modelo de governança para o desenvolvimento destes projetos, do planeamento e, da previsão e avaliação de impactes, também assumem um papel fundamental de enquadramento, contextualização e sensibilização na primeira parte do programa.

A segunda componente principal desta UC diz respeito à conceção do projeto, ao saber fazer e à capacidade de analisar a viabilidade económica e financeira da ideia que se desenhou. Ser capaz de operacionalizar e aplicar os instrumentos de apoio à análise do risco investimento, de avaliar o período de recuperação do capital investido e de procurar e identificar formas de financiamento. A avaliação do projeto é também uma componente fundamental para o desenvolvimento sustentado dos projetos por jovens empreendedores, pelo que as técnicas de apoio mais utilizadas integrarão os estudos de caso a apresentar.

As metodologias adotadas combinam a componente de lecionação teórica (pela lecionação em sala de aula), com a componente mais operacional e prática que será transmitida de duas formas principais: seminários especializados com oradores convidados e visitas de estudo.

Tratando-se esta UC de uma unidade que obriga a grande articulação entre a componente teórica e prática, os conteúdos serão desenvolvidos com recurso a diferentes participantes e especialistas nos domínios em estudo.

Para a realização de visitas de estudo serão estabelecidas parcerias institucionais a nível regional, que procurarão ter uma representação equilibrada entre projetos do sector público e do sector privado.

Os estudos de caso serão privilegiados como método de investigação e na forma de demonstração da aplicação da teoria na vida real.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The lectures will, whenever possible, illustrated with case studies which could contribute to a better understanding of the various topics developed within the conception of a new tourist or cultural project.

A first point of the syllabus will contribute to the characterization of the emergence of the cultural and creative entrepreneurship in relation to tourism, as a process that can result from within existing organizations that are innovating, or as a process of innovation and transformation of the very fabric of a territory.

The development of management and planning concepts in the inter relation with culture and tourism will need particular attention, allowing students to develop competencies applied to organizations that have differentiated characteristics of the business sector in general and that require greater flexibility, with as main authentic material and services production as possible.

The importance of the governance model for the development of these projects, planning, forecasting and evaluation of impacts, assume a key role in the framing, contextualization and awareness in management, will be part of the first part of the syllabus.

The second main component of this curricular unit is concerned with the conception of the project, the know-how and the ability to analyze the economic and financial viability of the idea drawn. Students should be able to operationalize and implement the tools to promote investment risk analysis to assess the recovery period of the capital invested and to seek out and identify ways of financing. The evaluation of the project is also a key component for the sustainable development of projects by young entrepreneurs, so the most used support techniques will integrate case studies. Adopted methodologies combine a theoretical teaching component (for teaching in the classroom), with the more operational and practical component that will be lectured in two main forms: specialized seminars with guest speakers and field trips.

To carry out field trips, institutional partnerships will be established at the regional level, which will have a balanced representation between projects in the public sector and the private sector.

The case studies will be privileged as a method of research and in the form of demonstration of the application of the theory in real life.

3.3.9. Bibliografia principal:

Barros, C. (2007) Avaliação Financeira de Projetos de Investimento. Lisboa: Ed. Escolar.

Cebola, A. (2011) Projetos de Investimento de PME - elaboração e análise. Lisboa: Ed. Sílabo.

Costa, C. (2005) Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). Análise Social, vol. XL, pp. 279-295.

Gatti, S. (2008) Project Finance in Theory and Practice: Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects. San Diego: Academic Press.

Graeme, E. (2001) Cultural planning. International Perspectives. London: Routledge.

McKercher, B., & du Cross, H. (2002) Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. New York: The Haworth Hospitality Press.

Nevitt, P.K. (1989) Project Financing. Londres: Euromoney Institutional Investor.

Richards, G. (2001) "The Development of Cultural Tourism in Europe", In Richards, G. (ed.) Cultural Attractions and European Tourism. Oxon: CABI Publishing, pp.3-29.

Mapa IV - Interpretação do Património e Gestão de Visitantes / Heritage Interpretation and Visitor Management**3.3.1. Unidade curricular:**

Interpretação do Património e Gestão de Visitantes / Heritage Interpretation and Visitor Management

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues Gonçalves (15h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

José Manuel Figueiredo dos Santos (15h)

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Esta disciplina aborda a Interpretação como estratégia comunicacional mobilizadora de capacidades técnicas, com repercussões na formação da cidadania e na fruição da experiência turística, resultante de uma apropriação e difusão de memórias coletivas.

Como ferramenta educativa incorporada à experiência turística, a disciplina visa:

Identificar os elementos conceptuais da interpretação e avaliar os diferentes meios e técnicas de interpretação.

Identificar as técnicas de gestão patrimonial aplicadas à gestão de visitantes e redução de impactos socioculturais e ambientais.

Identificar e definir as necessidades de interpretação de atrações e/ou recursos específicos (naturais ou culturais) e promover a ligação entre as atrações individuais e as comunidades/locais.

Conceber um plano/programa de interpretação do património (cultural ou natural).

Avaliar os resultados da implementação do plano/programa de interpretação.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

This course covers interpretation as a communicational strategy of mobilizing technical capabilities, with repercussions in the formation of citizenship and the enjoyment of the tourist experience, resulting from an appropriation and dissemination of collective memories. As an educational tool built into the tourist experience, this

subject aims to: Identify the conceptual elements of interpretation and assess the different means and techniques of interpretation. Identify the asset management techniques applied to the management of visitors and reduction of socio-cultural and environmental impacts. Identify and define the needs of interpretation of attractions and/or specific features (natural or cultural) and promote the link between the individual attractions and communities/locations. Devise a plan/programme for the interpretation of heritage (cultural or natural). Evaluate the results of the implementation of the plan/programme for the interpretation

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Definição dos conceitos: património e interpretação*
2. *História e filosofia da interpretação*
3. *Tipologias interpretativas*
 - *A interpretação orientada*
 - *A interpretação não orientada*
 - *Condicionantes da escolha dos meios na interpretação do património*
4. *As técnicas de interpretação como instrumento de gestão*
 - *Mobilidade e fluxos de visitantes*
 - *Desenvolvimento sustentado e redução de impactes*
 - *A promoção da gratificação da experiência do visitante*
5. *Conceção de um plano/programa de interpretação*
 - *Identificação da necessidade*
 - *Estabelecimento de objetivos: Aprendizagens, comportamentos e emoções*
 - *Determinação das áreas de interesse*
 - *Listagem das várias alternativas*
 - *Recolha de informação*
 - *Avaliação e seleção de alternativas*
 - *Desenvolvimento do plano*
6. *Implementação, Avaliação e Revisão do Plano de Interpretação*
 - *Definição dos critérios e técnicas de avaliação*
 - *Desenho e produção da interpretação*
 - *Revisão do plano*

3.3.5. Syllabus:

1. *Definition of the concepts of heritage and interpretation*
2. *History and philosophy of interpretation*
3. *Interpretative typologies.*
 - *Oriented interpretation.*
 - *Non oriented interpretation*
 - *Conditionings of choice of means in the interpretation of heritage*
4. *The techniques of interpretation as an instrument of management*
 - *Visitor flows and mobility. Sustainable development and reduction of impacts.*
 - *Sustainable development and reduction of impacts*
 - *The bonus promotion of visitor experience*
5. *Design of a plan/Interpretation program.*
 - 5.1. *Identification of need*
 - *Establishment of objectives: Learning, behaviours and emotions*
 - *Determination of the areas of interest*
 - *Listing of several alternatives*
 - *Collection of information*
 - *Evaluation and selection of alternatives*
 - *Development of plan*
6. *Implementation, evaluation and revision of the Interpretation plan*
 - *Definition of criteria and techniques of evaluation*
 - *Design and production of interpretation*
 - *Plan review*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos operacionalizam com coerência os objetivos da UC, ao facultarem, aos estudantes de mestrado, o conhecimento teórico-prático de um vasto conjunto de metodologias de valorização e de gestão do património, a sensibilização para as problemáticas associadas ao legado cultural nas sociedades modernas e a sua importância como ferramenta de atratividade turística.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus IEFP acts in consistency with the goals of the curricular unit, to submit, to graduate students, the theoretical-practical knowledge of a wide range of valuation methodologies and management of heritage, awareness of the problems associated with the cultural legacy in modern societies and its importance as a tool for tourist attractiveness.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Serão combinadas metodologias de ensino/aprendizagem tradicionais com metodologias ativas, como a apresentação e discussão crítica de temas, ideias e problemáticas acordadas, a apresentação e debate de estudos de caso, o visionamento de videogramas e as visitas de estudo. Para a execução dos trabalhos, privilegiar-se-á o recurso à

produção de vídeos, CD-ROMs, peças de teatro e/ou demais meios facilitadores de uma dramatização das aprendizagens.

A unidade curricular funcionará no regime de avaliação estabelecido para os Mestrados da ESGHT.

40% - Para atividades que poderão ir da criação de um programa de interpretação, na forma escrita, à realização de um videograma sobre um tema previamente acordado com o docente. Estes trabalhos de grupo não serão considerados se a classificação for inferior à do teste, passando este a valer 100%.

60% - Teste individual escrito (a realizar na data do exame de época normal).

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Traditional teaching/learning methodologies will be combined with active methodologies, such as presentation and critical discussion of themes, ideas and problematic agreed, the presentation and discussion of case studies, the viewing of video and field trips. For the execution of the work, favouring the use of video production, CD-ROMs, plays and/or other. The curricular unit will work on the evaluation scheme established for the ESGHT Masters.

40% - For activities that might range from creating a programme for interpretation, in written form, to the realization of a Video on a subject previously agreed with the teacher.

60%-individual written Test (to be held on the date of the examination).

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As metodologias de ensino adotadas baseiam-se no pressuposto de que o estudante de mestrado deverá desempenhar um papel ativo no processo ensino-aprendizagem. Tais metodologias abertas visam produzir um papel didático orientado pelo desejo de produção de um equilíbrio entre a ação grupal e o esforço individual, promovendo a adaptação do ensino aos estudantes.

O modo como os métodos visam o conhecimento gradual dos alunos destaca-se através de uma trajetória completa, que vai da abordagem histórico-conceitual inicial, passando por um domínio mais tecnológico, plasmado no ensino dos métodos e técnicas de interpretação, infletindo na sua instrumentalidade gestonária e finalizando com a interlocução com o planeamento da interpretação e aspetos conexos relacionados ao sentido e significado da interpretação para a experiência turística dos indivíduos.

A esta dimensão mais praxiológica do ensino não é alheio o facto do seu favorecimento pela perspetiva de que o Algarve, enquanto principal espaço turístico nacional, num país que se afirma cada vez mais no contexto mundial como um dos principais destinos turísticos, é um “laboratório” de conhecimento, um campo de excepcional potencialidade que importa explorar para testar os recursos heurísticos do turismo e suas possibilidades explicativas e interpretativas.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies adopted are based on the assumption that the master student should play an active role in the teaching-learning process. Such open methodologies aimed at producing a didactic role guided by the desire to produce a balance between group action and individual effort, promoting the adaptation of education to students. The methods aimed at the gradual knowledge of students stand out through a complete path, that goes from initial conceptual-historical approach, through a more technological domain, fashioned in the teaching of the methods and techniques of interpretation, ending with instrumentality interlocution with the planning of interpretation and related aspects related to the sense and meaning of interpretation for the tourist experience of individuals.

3.3.9. Bibliografia principal:

Abellán, A. (2001), Turismo Cultural y desarrollo sostenible. Análisis de áreas patrimoniales. Murcia: Universidad de Murcia – Servicio de Publicaciones.

Carter, J. (ed.) (1997), A Sense of Place – An Interpretive Planning. Scottish Natural Heritage.

Durbin, G. (ed.) (1996), Developing Museum Exhibitions For Lifelong Learning, Londres: The Stationery Office, Londres.

Ferreira, A. (2004) “Gestão de Fluxos Turísticos em Centros Históricos”, in Revista Turismo e Desenvolvimento, 1(2), pp.11-21, Universidade de Aveiro.

Goulding, C. (1999) “Interpretation and Presentation”, In Leask, A. e Yeoman, I. (eds.) Heritage Visitor Attractions. An Operations Management Perspective, Nova Iorque, Cassel.

Graduate School of the Environment (2003) “Site-based Interpretation Techniques”, [online] Available: <http://www.gse.mq.edu.au/units/epg918/99weeks.htm>, 17 de janeiro de 2003.

Hernández, J. e Tresseras, J. (2001) Gestión del Patrimonio Cultural. Barcelona: Ariel Turismo.

Mapa IV - Marketing Cultural / Cultural Marketing

3.3.1. Unidade curricular:

Marketing Cultural / Cultural Marketing

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Manuela Martins Guerreiro (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Partindo de um conhecimento do contexto e das especificidades que caracterizam a cultura, as empresas e as organizações culturais e os eventos culturais, esta Unidade Curricular visa dotar os estudantes dos conhecimentos adequados ao desenvolvimento de uma abordagem transversal da gestão, com especial enfoque na ótica de marketing. Serão desenvolvidas pelos estudantes as seguintes competências:

- Compreender as especificidades do sector cultural, dos projetos culturais e dos eventos culturais;*
- Compreender as especificidades do conceito de Marketing no contexto específico do setor cultural, dos projetos culturais e dos eventos culturais;*
- Aprender a desenhar estratégias de marketing para o setor cultural (projetos culturais e eventos culturais).*
- Analisar e refletir sobre estudos de casos reais.*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

Starting from a knowledge of the context and specificities that characterized the cultural sector, the cultural organizations and the cultural events, this course aims at providing a transversal approach to marketing strategies applied to the arts and cultural sector.

Will be developed by students the following competencies:

- *Understanding the specificities of the cultural sector, cultural projects and cultural events.*
- *Understanding the Marketing concept in the specific context of the cultural sector, cultural projects and cultural events;*
- *To learn how to develop marketing strategies in the cultural sector (cultural projects and cultural events).*
- *To develop analytical and critical competences based on real case studies.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:*I. Gestão cultural e de eventos*

- 1. Conceitos: cultura, gestão cultural, arte, eventos culturais, contemporâneo, públicos, economia da cultura*
- 2. Modelo de gestão aplicado a projetos e eventos culturais*
- 3. Planeamento de projetos e eventos culturais*

II. Marketing Cultural

- 1. Definições*
- 2. Modelo tradicional de Marketing vs. Modelo de Marketing cultural*
- 3. Produto cultural*
- 4. Mercado cultural*
- 5. Segmentação de públicos*
- 6. Patrocínio e mecenato cultural*

*III. Seminários com especialistas (Marketing de museus, marketing de atrações, marketing de festivais, ...)***3.3.5. Syllabus:***I. Cultural and event management*

- 1. Concepts: culture, cultural management, contemporary art, cultural events, audiences, economics of culture*
- 2. Management model applied to cultural projects and events*
- 3. Cultural projects and events planning*

II. Cultural marketing

- 1. Definitions*
- 2. The Traditional Marketing Model vs. The Marketing Model for Culture*
- 3. Cultural product*
- 4. Cultural market*
- 5. Segmenting audiences*
- 6. Sponsorship*

*III. Seminars with specialists (Marketing museums, marketing attractions, Marketing festivals, ...)***3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

Os conteúdos programáticos selecionados pretendem dotar os estudantes dos conceitos e das metodologias que caracterizam o corpo teórico do marketing aplicado ao caso específico dos produtos que compõe o setor cultural e artístico. O recurso a estudos de caso e à colaboração de especialistas ligados a projetos culturais com expressão na área do marketing cultural permitirá uma articulação entre a teoria e a prática proporcionando aos estudantes espaço para a análise crítica, para a criatividade e para a experimentação.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus should provide students with selected concepts and methodologies that characterize the theoretical body of marketing applied to the specific case of the products that make up the cultural and artistic sector. The use of case studies and the collaboration of specialists linked to cultural projects with expression in cultural marketing area will enable an articulation between theory and practice by providing students with space for critical analysis, for creativity and for experimentation.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As sessões letivas serão de cariz teórico-prático. Os alunos serão convidados a analisar, debater e propor soluções assentes no quadro teórico que integra os conteúdos programáticos da Unidade curricular.

Modelo de avaliação:

60% - Teste individual escrito, com consulta, a decorrer na Época Normal de exames (A nota não poderá ser inferior a 8 valores).

40% - Trabalho de grupo (2 ou 3 elementos)

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

School sessions will be theoretical-practical oriented. Students will be asked to analyze, discuss and put forward solutions grounded in the theoretical framework presented in this course unit syllabus.

40% - Group assignment (maximum of 3 elements)

60% - Individual written Test (not less than 8 points)

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As metodologias de ensino previstas pretendem estimular nos estudantes capacidades de análise crítica equacionando, perante cada caso de estudo apresentado, soluções que resultem da aplicação do quadro concetual do marketing ao contexto cultural e artístico.

Os métodos de avaliação procuram incentivar quer o domínio teórico dos conceitos e das metodologias quer o desenvolvimento de abordagens críticas e criativas.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies provided are intending to stimulate in students critical analysis capabilities geared to each case study presented, solutions that result from the implementation of the marketing conceptual to the cultural and artistic context. The valuation methods seek to encourage both the theoretical domain of concepts and methodologies to develop critical and creative approaches.

3.3.9. Bibliografia principal:

Secretário de Estado da Cultura (2014). Plano de Estudos Cultura 2020. Lisboa: Presidência do Conselho de Ministros.

Colbert, F. (2007). Marketing culture and the arts. 3rd edition. Montréal: HEC.

Crompton, J. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. Annals of Tourism Research, 24 (2): 425-439.

García, J. L. (2014). Mapear os recursos, Levantamento da legislação, Caracterização dos atores, Comparação internacional. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais.

Getz, D. (1997). Event Management & Event Tourism. USA: Cognizant Communication Corporation.

Kotler, P. and J. Scheff (1997). Standing room only: strategies for marketing the performing arts. Boston: Harvard Business School Press.

Mendes, J., Guerreiro, M. and P. Valle (2013). Events and Tourism Destination Image. Saarbrücken, Germany: Lambert Academic Publishing.

Tavares, J. (2014). Cultura e Desenvolvimento: Um Guia Para os Decisores. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa:

Mapa IV - Comportamento de Edifícios em Serviço / Behaviour of Buildings in Service

3.3.1. Unidade curricular:

Comportamento de Edifícios em Serviço / Behaviour of Buildings in Service

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Miguel José Pereira das Dores Santos de Oliveira. 30h.

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Nesta unidade curricular pretende-se que os estudantes desenvolvam e adquiram conhecimentos fundamentais relacionados com o comportamento dos edifícios em serviço. As competências genéricas a adquirir são:

- *Entendimento da natural tendência para a degradação que os imóveis apresentam;*
- *Conhecimento das principais anomalias construtivas que podem surgir e respetivas formas de intervenção;*
- *Conhecimento das principais possibilidades de reabilitação existentes;*
- *Compreensão das vulnerabilidades associadas ao uso dos edifícios;*
- *Entendimento dos potenciais riscos naturais e tecnológicos existentes;*
- *Desenvolvimento do espírito crítico acerca da problemática em questão.*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

In this UC it is intended to provide skills and knowledge that enable students to understand the behaviour of buildings in service. General skills to acquire are:

- *Knowledge of degradation of materials and buildings;*
- *Knowledge of the main constructive anomalies that may arise and their forms of intervention;*
- *Knowledge of the main possibilities of rehabilitation;*
- *Understanding of the vulnerabilities associated with the use of buildings;*
- *Understanding of potential natural and technological risks;*
- *Development of critical thinking about the issues in question*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. *Mecanismos de degradação e envelhecimento dos materiais e dos edifícios. Causas e consequências. Compatibilidade de materiais, análise do ciclo de vida e seleção.*
2. *Patologia da Construção. Observação do edifício. Sintomatologia e exame. Caracterização dos principais tipos de patologia da construção.*
3. *Técnicas de reparação de anomalias construtivas. Exigências, propriedades e caracterização.*
4. *Conforto Térmico e Acústico. Regulamentação. Metodologias e soluções de melhoria na reabilitação dos edifícios.*
5. *Segurança de Edifícios em fase de utilização. Avaliação das vulnerabilidades e perceção de riscos naturais e tecnológicos. O caso particular da segurança contra riscos de incêndio. Avaliação multirrisco e definição de usos compatíveis. Planos de emergência.*

3.3.5. Syllabus:

1. *Mechanisms of degradation of materials and buildings. Causes and consequences. Material compatibility, analysis and selection.*
2. *Pathology of Buildings. Observation of the building. Symptomatology and examination. Characterization of the major types of pathology of building.*
3. *Techniques of constructive repair anomalies. Requirements, properties and characterization.*
4. *Thermal Comfort and Acoustics. Regulations. Methodologies and solutions for improvement in the rehabilitation of buildings.*
5. *Building Security. Vulnerability assessment and perception of natural and technological hazards. The particular case of security against fire hazards. Multi-risk assessment and definition of compatible uses.*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos seguem os objetivos propostos de uma forma unívoca, permitindo dessa forma que o aluno os cumpra.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The syllabus follows the proposed objectives in a clear way.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

No ensino-aprendizagem da unidade curricular recorre-se às seguintes metodologias:

- *Aula expositiva – teórica e prática*
- *Debate de matérias em sala de aula*
- *Estudo de casos*
- *Orientação tutorial*
- *Estudo livre*

A avaliação será efetuada através de um exame de época normal e outro de época de recurso conforme previsto no calendário letivo, e um trabalho prático de grupo.

A prova escrita assim como a avaliação do trabalho terá a ponderação de 50% na classificação final que deverá ser maior ou igual a 10 valores. Simultaneamente nenhuma das avaliações anteriormente referidas poderá ser inferior a oito valores.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The following methodologies underlie the teaching-learning process for this curricular unit:

- *Lectures: theoretical and practical classes*
- *Critical debate in the classroom*
- *Exercises and Case Studies*
- *Tutorial orientation*
- *Independent study*

The written test and the evaluation of the assignment will each have a 50% weighting in the final grade.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino adotada nesta UC fornece ao aluno uma visão geral da problemática e depois por recurso à análise de casos práticos consolida e prepara para a prática profissional. A visualização de casos práticos em aula estimulam a capacidade de pesquisar, analisar e avaliar soluções.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodology adopted in this UC provides the student with an overview of the problem and then by analysis of practical cases consolidates and prepares for professional practice. The preview of practical cases in class stimulates the ability to research, analyse and evaluate solutions.

3.3.9. Bibliografia principal:

- Cóias, Vítor (2006). Inspeção e Ensaios na Reabilitação de Edifícios. Lisboa, Portugal: IST Press.*
Appleton, João (2003), Reabilitação de Edifícios Antigos – Patologias e Tecnologias de Intervenção. Amadora: Edições Orion.
Paiva, José; Aguiar, José; Pinho Ana (2006). Guia Técnico de Reabilitação Habitacional, INH/LNEC.
Patrício, Jorge Viçoso (2010), Reabilitação Acústica (Linhas Guia) - Livro Técnico para Profissionais da Construção.

Editora: Verlag.

Salgado, José María Fernández (2011). Eficiencia Energética en los Edificios, Editora: AMV

Castro, Carlos Ferreira, José Barreira Abrantes (2009). Manual de Segurança contra Incêndio em Edifícios - 2ª edição, Editora Escola Nacional de Bombeiros

Mapa IV - Empreendimentos Turísticos / Tourist Complexes

3.3.1. Unidade curricular:

Empreendimentos Turísticos / Tourist Complexes

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Carlos Alberto Pereira Martins – 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Descrever e conhecer os “objetos” que se tem pretende gerir. Conhecer a génese dum empreendimento e o desenvolvimento dos procedimentos para licenciamento. Diferenciar as diversas tipologias de empreendimentos. Conhecer os aspetos construtivos fundamentais. Ter a noção das restrições legislativas, em especial às relativas ao ordenamento do território. Conhecer os aspetos relativos à exploração dos equipamentos e a sua influência na construção.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

To know and describe the “objects” to be managed. To know the genesis of a tourism complex and the development of a project. To differentiate among the different types of complexes. To know the main construction aspects. To acquire knowledge of legislation restrictions regarding construction. To know the use of different facilities.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Tipos de empreendimentos turísticos. Planeamento macro e ocupação do território. Tecnologias de edifícios associados ao turismo. Arruamentos, caminhos e redes. Espaços verdes. Campos de jogos. Estruturas provisórias de apoio às atividades turísticas. Licenciamento de operações urbanísticas. Textos normativos aplicáveis à construção.

3.3.5. Syllabus:

Types of tourist complexes. Masterplans. Building technologies associated with tourism. Roadways and systems. Landscape. Green spaces. Sports fields. Temporary structures. Urban operations.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os conteúdos programáticos da unidade curricular permitem desenvolver as competências dos estudantes em áreas consideradas fundamentais neste âmbito, nomeadamente conferindo-lhes os conhecimentos para acompanhar o desenvolvimento dum projeto relativo à construção dum empreendimento e da sua fase de exploração.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The syllabus allows students to develop skills in areas considered fundamental in this context, in particular giving them the knowledge to select and to follow the development and use of a tourist complex.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino utilizadas baseiam-se no método expositivo, com recurso a meios audiovisuais para os conteúdos teóricos, complementados com a análise de casos práticos.

Sempre que aconselhável, serão convidados profissionais das diversas áreas para com a sua experiência, contribuir para uma maior e melhor formação.

A realização de visitas de estudo a empreendimentos, que serão objeto de relatório crítico (20%), complementar a avaliação final através de teste ou exame escrito (80%).

Nota mínima de 8,0 valores na prova escrita.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies used are based on the expository method, using audiovisual techniques for the theoretical content, complemented by the analysis of practical cases. When considered adequate, professionals from diverse areas will be invited to explain particular subjects.

Conducting study visits to building works of touristic enterprises, which will be analyzed by a report with 20% in the final classification.

The final exam will have 80% in the classification, but the minimum grade in that evaluation will be 8.0.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino adotada permite aos estudantes uma formação teórica, que lhes permitirá acompanhar processos de implementação e exploração de diversos tipos de empreendimentos turísticos. O recurso a profissionais de diversas áreas envolvidas, bem com a realização de visitas de estudo com relatório, permitirá fazer a ligação a situações reais. A valorização desta componente em sede de avaliação complementar a avaliação por prova final, donde resultará uma avaliação individual de cada aluno.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodology adopted allows students a theoretical training that will allow them to follow processes of implementation and use of different types of tourist complexes.

The presence of different types of professionals and the study visits will allow students to make the link to real situations.

The importance given to this component is very clear in the final evaluation of each student.

3.3.9. Bibliografia principal:

EN15221-1 (2006). Facility Management – Part 1: Terms and definitions. European standart. Bruxelas, 2006.

ISO 15686-1 – Buildings and constructed assets – Service life planning – Part 1: General principles and framework. Geneva, 2011.

Santo, F. – Edifícios, Visão integrada de projetos e obras. Lisboa, OE, 2002.

Branco, F. – Introdução à execução de empreendimentos. IST, Lisboa, 1998.

Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de Janeiro. Código dos Contratos Públicos.

Portaria n.º 701-H/2008, de 28 de Julho. Instruções para elaboração de projeto de obras.

Textos de apoio da unidade curricular.

Mapa IV - Qualidade e Desempenho de Espaços Edificados / Quality and Performance of Constructed Spaces

3.3.1. Unidade curricular:

Qualidade e Desempenho de Espaços Edificados / Quality and Performance of Constructed Spaces

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Jorge Miguel Charneca – 30 H

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Dotar os alunos de competências de análise das interações entre os utentes e as características dos espaços edificados.

Desenvolver os conceitos de avaliação e requalificação dos espaços edificados (avaliação em projeto e em uso corrente).

Criação de competência para identificação de patologias dos edifícios e encontrar soluções para as resolver.

Desenvolvimento de metodologias de apoio à gestão funcional dos espaços.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- To provide students with the skills to analyse the interactions between users and the characteristics of the built environment.

- To develop the skills of evaluation and rehabilitation of built areas (assessment of buildings in current use).

- To creating skills for identifying pathologies of buildings and finding solutions to address them.

- To develop methodologies to support the functional use of spaces.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Análise do comportamento humano no uso dos edifícios, teoria das necessidades, exigências humanas aplicadas aos estabelecimentos hoteleiros, fruição dos espaços e qualidade percebida. Metodologias de avaliação pós-ocupação.

Avaliação de qualidade dos espaços edificados e sua envolvente urbanística. Patologias dos espaços. Necessidades e oportunidades de modernização dos espaços. Sistemas de avaliação e certificação ambiental dos edifícios.

Promoção de acessibilidades. Gestão funcional dos empreendimentos.

A temática da diferenciação cultural e da qualidade dos espaços e serviços como elemento preponderante para a competitividade.

3.3.5. Syllabus:

Analysis of human behaviour in the use of buildings, theory of comfort needs, human requirements applied to hotel establishments, places of enjoyment and perceived quality. Methods of post-occupancy evaluation. Quality assessment of the built environment and its surroundings. Pathologies of buildings. Needs and opportunities for modernization of spaces. Evaluation systems and environmental certification of buildings. Promoting accessibility.

Functional management. The theme of cultural differentiation and quality of buildings and services as a major element for competitiveness.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O conhecimento das interações entre os espaços edificados e os seus utentes, da forma como as características formais e funcionais dos edifícios contribuem para a satisfação de quem os utiliza, revelam-se fundamentais para a competitividade dos estabelecimentos relacionados com a atividade turística.

Os conteúdos programáticos da unidade curricular permitem desenvolver as competências dos estudantes em áreas relevantes para assegurar a adequabilidade dos espaços face às necessidades e expectativas dos seus utentes.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Knowledge of the interactions between buildings and their users, how the formal and functional characteristics of the buildings contribute to the satisfaction of those who use them, are fundamental to the competitiveness of tourist establishments.

The programmatic content of the course unit allows students to develop skills in relevant areas to ensure the characteristics of the spaces meet the needs and expectations of their users.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino utilizadas baseiam-se no método expositivo, com recurso a meios audiovisuais para os conteúdos teóricos relacionados com as metodologias de análise dos comportamentos dos utentes com a análise de casos práticos.

Será desenvolvido um trabalho prático sobre a temática da análise funcional e qualitativa percecionada de um estabelecimento hoteleiro como forma de aplicação dos diversos temas abordados na disciplina. Ao longo do semestre, estes serão acompanhados pelo docente no sentido de esclarecer dúvidas e fomentar a análise crítica, desenvolvendo assim a autonomia dos alunos.

Realização de visitas de estudo a estabelecimentos em funcionamento, correspondendo a diferentes categorias qualitativas. Nas atividades de e-learning serão estimuladas a pesquisa, a análise e o comentário de temas relacionados com os conteúdos programáticos.

Avaliação: teste ou exame escrito (60%);trabalho de grupo (40%). Nota mínima de 9,50 valores em cada componente da avaliação.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methods used are based on the lecture method, using audiovisual media for the theoretical concepts related to the evaluation methodologies of user behaviour with the analysis of case studies.

A practical assignment will be developed on the subject of functional analysis and qualitative perception (user satisfaction) of a hotel client as a way of applying the various topics covered in the course unit, according to a script providing specific guidelines. Throughout the semester, students will be accompanied by the teacher to clarify doubts and encourage critical analysis, developing the students' autonomy.

There will be visits to establishments in use, corresponding to different quality categories. In the e-learning activities, students will be encouraged to research, analyse and comment on topics related to the syllabus.

Test or written exam (60%), group work (40%). Minimum score of 9.50 points in each component of assessment.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino adotada permite aos estudantes uma sólida formação teórica nas áreas da avaliação das características existentes e espetáveis dos espaços edificados, numa estratégia de promoção da sua competitividade comercial.

A utilização do método expositivo, complementado com a elaboração de um trabalho prático e análise de casos concretos em exploração como principal forma de transmissão dos conhecimentos garante uma adequada perceção das temáticas abordadas.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodology adopted allows students to obtain a solid theoretical foundation in the areas of evaluation of existing and expectable characteristics of the built environment, in a strategy of promoting its commercial competitiveness.

The use of the lecture method, supplemented with the development of a practical assignment and the analysis of real cases in use as the main form of transmission of knowledge ensures an adequate perception of the subjects addressed.

3.3.9. Bibliografia principal:

Bachelard, G. (2000). A Poética do espaço. Lisboa: Edições Martins Fontes.

Delgado, M. J. F. S. C. (2008). A Requalificação Arquitectónica na Reabilitação de Edifícios. Critérios e Exigências de Qualidade; Estudo de Casos. Dissertação de Mestrado, Feup, Porto.

Frontczak, M., Schiavon, S. (2012). Quantitative relationships between occupant satisfaction and satisfaction aspects of indoor environmental quality and building design. Indoor Air 2012; 22: 119-131.

Lewis, B. (2000). Facility inspection field manual. Blacklist. USA: McGraw-Hill.

McLeod, S. (2007). Maslow's Hierarchy of Needs. Retrived from <http://www.simplypsychology.org/maslow.html>

Ornstein, S. W. (1992). Avaliação pós-ocupação do ambiente construído. Studio Nobel.

Pacheco, G. R. , Erviti, F. G. (2011). The value of cultural assets. Maintenance costs and economic sustainability of heritage. 12th International Conference on durability Materials and Components.

Mapa IV - Gestão Económica de Empreendimentos / Economic Management of Projects**3.3.1. Unidade curricular:***Gestão Económica de Empreendimentos / Economic Management of Projects***3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Maria Leonor Cruz Reis Salsa 15h***3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:***Colaboração de outro docente (15h)***3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Nesta unidade curricular pretende-se que os estudantes desenvolvam e adquiram conhecimentos fundamentais para a gestão económica das infraestruturas turísticas. As competências genéricas a adquirir são:*

- *Conhecer os custos relativos a infraestruturas (na construção, na reabilitação e na manutenção);*
- *Determinar a viabilidade das intervenções necessárias e conhecer os procedimentos adequados;*
- *Identificar as principais fases do planeamento e controlo das atividades;*
- *Determinar o efeito das decisões na rentabilidade económica e financeira;*
- *Conhecer os principais métodos e critérios de avaliação imobiliária;*
- *Percecionar oportunidades de negócios e identificar os procedimentos adequados ao desenvolvimento de novos projetos;*
- *Desenvolvimento do espírito crítico acerca da problemática em questão*

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):*In this UC it is intended to provide skills and knowledge that enable students to understand the economic management of tourist activities infrastructures. General skills to be acquired are:*

- *Knowledge of the costs of infrastructures (in construction, rehabilitation and maintenance);*
- *How to determine the viability of interventions and proper procedures;*
- *How to identify the main phases of planning and control activities;*
- *Determine the effect of business decisions on economic and financial profitability;*
- *Know the main methods and criteria for real estate valuation;*
- *Identify business opportunities and suitable procedures for developing new projects;*
- *Develop critical thinking about the issues in question.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Custos de um empreendimento no âmbito da construção, reabilitação e manutenção*
- 2. Viabilidade económica e viabilidade técnica das intervenções*
- 3. Técnicas de medição e orçamentação*
- 4. Planeamento e controlo*
- 5. Rentabilidade e risco empresarial*
- 6. Avaliação de imóveis*
- 7. Empreendedorismo e inovação empresarial*

3.3.5. Syllabus:

- 1 Costs of a Tourist Infrastructure in terms of construction, rehabilitation and maintenance*
- 2 Economic and technical viability of interventions*
- 3 Measurement and budgeting techniques*
- 4 Planning and control*
- 5 Profitability and business risk*
- 6 Real estate valuation*
- 7 Entrepreneurship and business innovation*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:*A gestão económica dos empreendimentos espelha-se nos diversos conteúdos programáticos, como os custos de investimento e operacionais, o controlo dos mesmos e o impacto destes na rentabilidade empresarial. Para além disso, pretende-se ainda focar o desenvolvimento da unidade curricular no planeamento e controlo, na avaliação dos imóveis e no empreendedorismo, com a utilização das adequadas ferramentas informáticas.**Os conteúdos programáticos operacionalizam com coerência os objetivos da unidade curricular, ao facultarem, aos estudantes de mestrado, o conhecimento teórico-prático de um vasto conjunto de matérias na área da gestão das infraestruturas turísticas, a sensibilização para as problemáticas associadas ao tema e a sua importância como ferramenta de gestão de atividades turísticas.***3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The economic management of infrastructures is mirrored in several programmatic contents, such as investment and operating costs, their control and their impact on corporate profitability. In addition, it is also intended to study the development of subjects such as planning and control, valuation of real estate and entrepreneurship, with the use of appropriate software tools.**The curricular plan is coherent with the objectives of the curricular unit to enable master students to gain theoretical*

and practical knowledge of a wide range of subjects in tourism infrastructures management, as well as an awareness of the problems related to the topic and their importance as management tools for tourism activities.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

No ensino-aprendizagem da unidade curricular recorre-se às seguintes metodologias:

- *Aula expositiva – teórica e prática*
- *Debate de matérias em sala de aula*
- *Estudo de casos*
- *Orientação tutorial*
- *Estudo livre*

A avaliação será efetuada através de um exame de época normal e outro de época de recurso conforme previsto no calendário letivo, sendo que a cada um corresponderá a ponderação de 100%.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The following methodologies underlie the teaching-learning process for this curricular unit:

- *Lectures: theoretical and practical classes*
- *Critical debate in the class-room*
- *Exercises and Case Studies*
- *Tutorial orientation*
- *Independent study*

Assessment will be carried out through an examination as provided for in the academic calendar, with a weighting of 100%.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Dados os objetivos e a natureza da unidade curricular as aulas são de carácter teórico-prático, procedendo-se à apresentação e discussão de conceitos, metodologias e técnicas através de diversos recursos, nomeadamente diapositivos, bibliografia na área e à análise e discussão de casos práticos. Estas metodologias permitirão o desenvolvimento do espírito crítico acerca da problemática em estudo, a apresentação de sugestões para a tomada de decisões e o planeamento tendo em vista o seu impacto no desempenho económico da empresa e a adequação do ponto de vista financeiro. Na avaliação das opções é importante que o estudante consiga compreender as consequências económicas das decisões das diferentes áreas funcionais das empresas turísticas.

As tutorias servem de complemento às aulas permitindo ao docente a orientação do estudo de casos e do estudo livre dos estudantes.

A avaliação será baseada num exame final destinado a verificar, principalmente, o grau de conhecimento exato, o de entendimento conceptual e o da capacidade de raciocínio, sendo consequente com as metodologias usadas.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Based on the goals of the curricular unit, most of the classes are theoretical-practical in nature and they include the presentation and also the discussion of concepts and techniques, with the support of slides and other similar teaching materials. Other classes are more practical and they include case-studies and practical examples from the business world. These methodologies enable the development of critical thinking about problems under study, achieving suggestions for decision making and planning processes. The practical classes will involve exercises and case studies to simulate business reality in order to optimize economic decisions towards several alternatives in the context of tourism businesses.

The tutorials complement the lectures, allowing the teacher to guide the analysis of practical cases and the students' independent study.

Evaluation will be based on a final exam designed to primarily assess the level of exact knowledge, conceptual understanding and reasoning ability, being consistent with the methodologies used.

3.3.9. Bibliografia principal:

Esperança, José & Fernanda Matias (2009), Finanças Empresariais, Lisboa: Texto Editores.

Feio, Rui (2012), Gestão de Projetos com o Microsoft Project 2010, FCA.

Keeping, Miles e David Shiers (2009), Sustainable Property Development: A Guide to Real Estate and the Environment, Hoboken: Blackwell Publishing Ltd.

Kerzner, Harold (2013), Project Management, A System Approach to Planning, Scheduling and Controlling, 12th Edition, John Wiley & Sons Ed.

Martin, J. R. Navas (2008), Engenharia de Gestão de Projectos, FCA – Editora de Informática Lda.

Menezes, H. Caldeira (2008), Princípios de Gestão Financeira, 11ª edição, Lisboa: Editorial Presença.

Pereira, J. L. R. R. (2010), Caracterização da actividade de gestão de projecto na área de promoção imobiliária em Portugal, repositório.ipl.pt.

Reis, A. Correia (2012), Legislação sobre Projectos e Obras, Edições Técnicas E.T.L., Lda.

Walker, Anthony (2007), Project Management in Construction, 5th edition, John Wiley & Sons.

Mapa IV - Manutenção de Edifícios / Buildings Maintenance

3.3.1. Unidade curricular:

Manutenção de Edifícios / Buildings Maintenance

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Jorge Manuel Faísca Renda – 30h

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

Desenvolver os conceitos e políticas de manutenção dos edifícios. Estudar a manutenção de subsistemas e de elementos construtivos. Estudar a manutenção de subsistemas e de elementos construtivos. Elaborar planos de manutenção de edifícios.

Introduzir os alunos na atividade de manutenção ou reabilitação de edifícios, antigos e recentes, apresentando e discutindo níveis de intervenção e intervenientes no processo. Analisar de forma integrada a viabilidade das intervenções.

Avaliar casos de pré-patologia e estudar a evolução dos mecanismos de degradação dos edifícios. Apresentar técnicas de intervenção em edifícios a casos concretos. Processo de escolha de materiais e tecnologias apropriadas para a reparação. Aplicação de princípios da sustentabilidade nas intervenções.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

To develop building maintenance concepts and policies;

To study maintenance of subsystems and constructive elements;

To study maintenance of subsystems and constructive elements;

To prepare maintenance plans for buildings;

To introduce students in the activity of maintenance or rehabilitation of old and new buildings, presenting and discussing levels of intervention and stakeholders in the process;

Feasibility integrated analysis of interventions;

To evaluate cases of pre pathology of buildings and study the evolution of the mechanisms of degradation;

To introduce intervention techniques in buildings the concrete cases;

To study the process of choice of materials and appropriate technologies for repairs;

To apply principles of sustainable interventions.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Evolução da Manutenção. Conceitos e Definições. Enquadramento da Manutenção de Edifícios. Obrigatoriedade da manutenção. Desempenho funcional de edifícios. Elementos Fonte de Manutenção. Gestão de Edifícios. Procedimentos da Manutenção. Políticas de Manutenção. Estratégias de Manutenção. Gestão da Manutenção. Manuais de manutenção de Edifícios. Planos de Manutenção de Edifícios. Custos de manutenção. Obras de Manutenção. Manutenção de Edifícios Reabilitados. Gestor de Edifícios. Facility Management.

3.3.5. Syllabus:

Evolution of maintenance. Concepts and definitions. Framework for building maintenance. Obligation of maintenance. Functional performance of buildings. Maintenance Source elements. Management of buildings. Maintenance procedures. Maintenance policies. Maintenance strategies. Maintenance management. Buildings maintenance manuals. Maintenance plans of buildings. Maintenance costs. Maintenance works. Maintenance of Rehabilitated Buildings. Management of buildings. Facility Management.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O conhecimento do desempenho funcional dos edifícios, das estratégias e políticas de manutenção e o respeito pelo enquadramento legal, revelam-se fundamentais para a gestão de edifícios em serviço, no sentido da maximização da satisfação dos seus utilizadores e redução dos custos durante a vida útil dos mesmos.

Os conteúdos programáticos da unidade curricular permitem desenvolver as competências dos estudantes em áreas consideradas fundamentais neste âmbito, nomeadamente conferindo-lhes os conhecimentos para selecionar as melhores políticas de gestão do parque edificado.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The knowledge of the functional performance of buildings, the maintenance strategies and policies and the respect for the legal framework, are fundamental for the buildings management service to maximize the satisfaction of their users and to reduce costs over their life cycle.

The syllabus allows students to develop skills in areas considered fundamental in this context, in particular by giving them the knowledge to select the best built park management policies.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino utilizadas baseiam-se no método expositivo, com recurso a meios audiovisuais para os conteúdos teóricos relacionados com as estratégias e políticas de manutenção, complementado com a análise de casos práticos.

Será desenvolvido um plano de manutenção relativo a um subsistema de um edifício ou para a totalidade do mesmo: será elaborado, pelo docente, um guião com orientações específicas para o desenvolvimento dos trabalhos práticos.

Ao longo do semestre, estes serão acompanhados pelo docente no sentido de esclarecer dúvidas e fomentar a análise crítica, desenvolvendo assim a autonomia dos alunos.

Realização de visitas de estudo a obras de manutenção ou reabilitação. Promoção de seminários técnicos. Nas

atividades de e-learning serão estimuladas a pesquisa, a análise e o comentário de temas relacionados com os conteúdos programáticos.

Avaliação: teste ou exame escrito (60%);trabalho de grupo (40%). Nota mínima de 9,50 valores em cada componente da avaliação.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies used are based on the expository method, using audiovisual techniques for the theoretical contents relating to maintenance strategies and policies, complemented with the analysis of case studies. A maintenance plan will be developed on a subsystem of a building or for the whole of it: a script with specific guidelines for the development of this practical assignment will be provided. Throughout the semester, these assignments will be monitored by the teacher to clarify doubts and to foster critical analysis, at the same time developing the students' autonomy. Study visits to works of maintenance or rehabilitation will take place. Promotion of technical seminars. Through E-learning activities, students will be encouraged to research, analysis and comment on topics related to the syllabus.

Evaluation: test or written examination (60%) group work (40 percent). Note 9.50 minimum values in each component of the evaluation.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A metodologia de ensino adotada permite aos estudantes uma sólida formação teórica nas áreas da manutenção, associada à capacidade de implementarem e gerirem a manutenção de parques edificados.

A concretização dos objetivos enunciados assenta no método expositivo, como principal forma de transmissão dos conhecimentos teóricos e na análise de casos concretos, observados em edifícios em serviço.

A elaboração de um plano de manutenção permitirá aos alunos a aplicação objetiva de conhecimentos e o desenvolvimento da autonomia técnica, funcionando o professor como orientador.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodology adopted allows students a solid theoretical training in the areas of maintenance, coupled with the ability to implement and manage the maintenance of built parks. The achievement of the goals set out is based on the expository method, as the main form of transmission of theoretical knowledge and on the analysis of specific cases, observed in buildings in service. The elaboration of a maintenance plan will allow students the reach the objective of application of knowledge and the development of technical autonomy, with the teacher as supervisor.

3.3.9. Bibliografia principal:

EN15221-1 (2006).Facility Management – Part 1: Terms and definitions. European standart. Bruxelas, 2006.

FLORES, I., BRITO, J.–Plano de inspeção e manutenção de edifício escolar: caso de estudo. Atas do 3º Encontre–Atas do Encontro Nacional sobre Qualidade e Inovação na Construção. Lisboa, 2006.

ISO 15686-1 – Buildings and constructed assets – Service life planning – Part 1: General principles and framework. Geneva, 2011.

RAPOSO, S. – A Gestão da atividade de Manutenção em Edifícios Públicos. Tese de Doutoramento, IST/LNEC, Lisboa 2010.

RENDA, J.; Manutenção e Reabilitação do Complexo Social e Igreja da Santa Casa da Misericórdia de Faro. Trabalho para Obtenção do Título de Especialista em Engenharia Civil, Faro, 2012.

ROCHA, P. – A manutenção de edifícios no processo de conceção arquitetónica – Modelo de apoio á decisão. Tese de Doutoramento, Porto, 2013.

RODRIGUES, R. - Manutenção de edifícios. Apontamento para o Curso de Mestrado em Reabilitação do Património Edificado. Porto, 2004.

Mapa IV - Manutenção de Redes e Equipamentos de Edifícios / Maintenance of Networks and Equipment in Buildings

3.3.1. Unidade curricular:

Manutenção de Redes e Equipamentos de Edifícios / Maintenance of Networks and Equipment in Buildings

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

Jânio Miguel Evangelista Ferreira Monteiro (30h)

3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

N/A

3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

1. Conheça a estrutura e principais elementos das redes de telecomunicações de edifícios

2. Identifique os principais problemas de manutenção em redes de telecomunicações de edifícios

3. Conheça a estrutura e principais elementos das redes elétricas de edifícios

4. Conheça os principais equipamentos utilizados para geração de energia renovável

5. Identifique os principais problemas de manutenção em redes elétricas

6. Conheça os princípios de funcionamento de redes de água, climatização, incêndio e ventilação, sabendo identificar os principais equipamentos, problemas mais comuns de funcionamento e oportunidades de melhoramentos de sistemas já instalados.

3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

1. *To be able of identify the main structural elements of telecommunication networks in buildings*
2. *To be able of identify the main maintenance problems of telecommunication networks in buildings*
3. *To know the main structural elements of electrical networks in buildings*
4. *To know the main elements to be used as renewable energy sources*
5. *To identify the main maintenance problems and policies to apply in electrical grids*
6. *To be able to recognize main pieces of equipment in water distribution systems, HVAC, fire-fighting systems and ventilation systems. To identify main problems associated with these systems and be aware of ways to improve already installed systems in running facilities.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:*Módulo 1:***1. Infraestruturas de Telecomunicações em Edifícios**

- a. *Arquitetura e Elementos constituintes*
- b. *Certificação e Manutenção*

2. Instalações Elétrica de Edifícios

- a. *Estrutura e Elementos constituintes*
- b. *Manutenção de Redes Elétricas*

3. Eficiência Energética em Edifícios

- a. *Redes de Sensores para Controlo de Consumos*
- b. *Integração de Fontes de Energia Renovável*

*Módulo 2:***4. Redes de águas prediais****5. Redes de drenagem de águas residuais doméstica****6. Sistemas de SCIE - Segurança Contra Incêndio em Edifícios****7. Sistemas de AVAC - Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado****8. Energia Solar térmica****9. Prevenção e controlo de micro-organismos nos Sistemas de água****10. Qualidade do Ar Interior****3.3.5. Syllabus:***First Module:***1. Telecommunications Infrastructures in Buildings**

- a) *Architecture and Constituent elements*
- b) *Certification and Maintenance*

2. Electrical installations in buildings

- a) *Structure and constituent elements*
- b) *Maintenance of electrical networks*

3. Energy Efficiency in Buildings

- a) *Sensor networks for control of consumption*
- b) *Integration of renewable energy sources*

*Second Module:***11. Water distribution systems in buildings****12. Water drainage systems in buildings****13. SCIE - building fire-fighting systems****14. HVAC systems - Heating, Ventilation and Air Conditioning****15. Thermal solar energy****16. Prevention and Control of micro-organisms in water systems****17. Air quality inside buildings****3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

Os conteúdos programáticos seguem os objetivos propostos de uma forma unívoca, permitindo dessa forma que o aluno os cumpra.

3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The content of this UC was designed so that students attain the proposed objectives.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A classificação final será obtida considerando as seguintes percentagens e módulos:

Módulo 1: 50%

Módulo 2: 50%.

A avaliação dos Módulos 1 e 2 será feita através de um teste e/ou exame (25%) complementada com um trabalho escrito (25%).

Os alunos terão que obter uma classificação mínima de 9 valores em qualquer dos Módulos.

Opcionalmente a avaliação das duas componentes no que toca ao trabalho escrito poderá ser realizada através da elaboração de um trabalho escrito único, assumindo nesses casos uma maior profundidade e detalhe.

3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

Final grading is obtained by considering the following weighting:

Module 1: 50%

Module 2: 50%.

In each of the two modules, grading is obtained through a Test and/or an Exam (25%), together with a written assignment (25%).

Minimum grade in each module is 9 (out of 20).

Students will have the option to perform one single assignment, covering both modules, however with a more in-depth approach compared to the single module assignments.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

As metodologias de ensino permitem ao aluno aprender os conteúdos ministrados e a partir destes explorar distintas áreas de conhecimento que sirvam de extensão aos mesmos.

3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Teaching methodologies allow students to understand the course content. This is taken as basis and motivation for additional individual skills in related areas of knowledge.

3.3.9. Bibliografia principal:

Artigos científicos fornecidos pelos docentes.

“Prescrições e Especificações Técnicas das Infraestruturas de Telecomunicações em Edifícios”, Projeto da 3.ª edição, ANACOM.

“Electrical installation guide 2013, According to IEC international standards”, Schneider Electric.

A.T. Stutts & F.D. Borsenik, (1990). Maintenance Handbook for Hotels, Motels and Resorts, Van Nostrand Reinhold.

V.M.R. Pedroso. (2008), Manual dos Sistemas Prediais de Distribuição e Drenagem de Águas, LNEC.

“Regulamento Geral dos Sistemas Públicos e Prediais de Distribuição de Água e de Drenagem de Águas Residuais” - DL n.º 207/94 e DR n.º 23/95;

“Manual de Redes Prediais”, versão 4, EPAL - 2011/02;

“Regulamento Técnico de Segurança contra Incêndio em Edifícios” (RT-SCIE) - DL n.º 220/2008 e Portaria n.º 1532/2008

L.F.Roriz, “Climatização”, ORION, 2006

L.F.Roriz, K.Calhau, F.Lourenço, J.Rosendo, “Energia Solar em Edifícios”, ORION, 2010

“Prevenção e Controlo de Legionella nos Sistemas de Água”, IPQ e EPAL, 2012.

4. Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de estudos**4.1 Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de estudos****4.1.1. Fichas curriculares****Mapa V - Cláudia Margarida Brito Ribeiro de Almeida****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Cláudia Margarida Brito Ribeiro de Almeida

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Francisco Manuel Dionísio Serra**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Francisco Manuel Dionísio Serra

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Rosária Luísa Gomes Pereira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Rosária Luísa Gomes Pereira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - José Manuel Figueiredo Santos

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

José Manuel Figueiredo Santos

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Coordenador ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Ana Isabel da Silva Aço Renda

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Ana Isabel da Silva Aço Renda

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Cláudia Helena Nunes Henriques

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Cláudia Helena Nunes Henriques

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Ronaldo Luís Arias Schutz

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Ronaldo Luís Arias Schutz

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Júlio da Costa Mendes**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Júlio da Costa Mendes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Faculdade de Economia

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Paulo Manuel Roque Águas**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Paulo Manuel Roque Águas

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Coordenador ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Maria Manuela Martins Guerreiro**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Maria Manuela Martins Guerreiro

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

*Faculdade de Economia***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa V - Dora Lúcia Miguel Agapito****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Dora Lúcia Miguel Agapito***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):*Faculdade de Economia***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa V - Georgette dos Santos Andraz****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Georgette dos Santos Andraz***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:*Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa V - Célia Maria Quitério Ramos****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Célia Maria Quitério Ramos***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Maria Leonor Cruz dos Reis Salsa**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Maria Leonor Cruz dos Reis Salsa

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Virgílio Miguel Rodrigues Machado**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Virgílio Miguel Rodrigues Machado

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Carla Maria Miranda de Almeida**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Carla Maria Miranda de Almeida

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues Gonçalves**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues Gonçalves

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Miguel José Pereira das Dores Santos de Oliveira**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Miguel José Pereira das Dores Santos de Oliveira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Instituto Superior de Engenharia

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa V - Carlos Alberto Pereira Martins**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Carlos Alberto Pereira Martins

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Instituto Superior de Engenharia

4.1.1.4. Categoria:

Professor Adjunto ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa V - Paulo Jorge Miguel Charneca****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Paulo Jorge Miguel Charneca***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):*Instituto Superior de Engenharia***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa V - Jorge Manuel Faísca Renda****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Jorge Manuel Faísca Renda***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):*Instituto Superior de Engenharia***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa V - Jânio Miguel Evangelista Ferreira Monteiro****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Jânio Miguel Evangelista Ferreira Monteiro***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):*Instituto Superior de Engenharia***4.1.1.4. Categoria:***Professor Adjunto ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente: Mostrar dados da Ficha Curricular

4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos

4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Teaching staff of the study programme

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Cláudia Margarida Brito Ribeiro de Almeida	Doutor	812 Turismo e Lazer	100	Ficha submetida
Francisco Manuel Dionísio Serra	Doutor	314/340 Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
Rosária Luísa Gomes Pereira	Doutor	812 Turismo e Lazer	100	Ficha submetida
José Manuel Figueiredo Santos	Doutor	312 Sociologia e outros estudos	100	Ficha submetida
Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos	Doutor	812 Turismo e Lazer	100	Ficha submetida
Ana Isabel da Silva Aço Renda	Doutor	812 Turismo e Lazer	100	Ficha submetida
Cláudia Helena Nunes Henriques	Doutor	314 Economia - Planeamento e Política Económica	100	Ficha submetida
Ronaldo Luís Arias Schutz	Doutor	311 Psicologia - Psicologia Social	100	Ficha submetida
Júlio da Costa Mendes	Doutor	340 Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
Paulo Manuel Roque Águas	Doutor	342 Gestão. especialidade: Marketing	100	Ficha submetida
Maria Manuela Martins Guerreiro	Doutor	342 Gestão, especialidade Marketing	100	Ficha submetida
Dora Lúcia Miguel Agapito	Doutor	812 Turismo e Lazer	100	Ficha submetida
Georgette dos Santos Andraz	Doutor	340 Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
Célia Maria Quitério Ramos	Doutor	340 Métodos Quantitativos Aplicados à Economia e à Gestão, especialidade de Econometria	100	Ficha submetida
Maria Leonor Cruz dos Reis Salsa	Doutor	314/345 Gestão (Finanças e Contabilidade)	100	Ficha submetida
Virgílio Miguel Rodrigues Machado	Doutor	812 Turismo e Lazer	100	Ficha submetida
Carla Maria Miranda de Almeida	Doutor	312 Antropologia do Simbólico e Cultural	100	Ficha submetida
Maria Alexandra Patrocínio Rodrigues Gonçalves	Doutor	812 Turismo e Lazer	100	Ficha submetida
Miguel José Pereira das Dores Santos de Oliveira	Doutor	582 Engenharia Civil - Especialidade de Construções	100	Ficha submetida
Carlos Alberto Pereira Martins	Mestre	582 Construção Civil, Engenharia Civil	100	Ficha submetida
Paulo Jorge Miguel Charneca	Mestre	581 Arquitetura	100	Ficha submetida
Jorge Manuel Faisca Renda	Mestre	582 Construção Civil, Engenharia Civil	100	Ficha submetida
Jânio Miguel Evangelista Ferreira Monteiro	Doutor	522 Engenharia Eletrotécnica e de Computadores	100	Ficha submetida
(23 Itens)			2300	

<sem resposta>

4.2. Dados percentuais dos recursos docentes do ciclo de estudos

4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / Full time teachers:	23	100

4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff with a PhD (FTE):	20	87

4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	16	69.6
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	0	0

4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	23	100
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	1	4.3

4.3. Procedimento de avaliação do desempenho

4.3. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente actualização:

De acordo com o Regulamento Geral de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente da Universidade do Algarve, publicado no Diário da República, 2ª. série – N.º 242 – 16 de dezembro de 2010, o sistema de avaliação visa a valorização do desempenho dos docentes e a melhoria contínua da sua atividade, em harmonia com a missão e os objetivos da instituição. Para tal, a avaliação de desempenho é diferenciada em função da categoria de cada docente, de acordo com o estabelecido na lei e no regulamento de prestação de serviço dos docentes, tem por base o conteúdo funcional do serviço docente e incide sobre as seguintes vertentes: Ensino; Investigação científica; Extensão, divulgação científica e valorização económica e social do conhecimento; Gestão. Este processo, em regra trienal, inclui: Autoavaliação; Avaliação; Harmonização; Audiência prévia; Reclamação; Homologação e decorre entre Janeiro e Junho.

A informação detalhada e permanentemente atualizada no sistema de informação da ESGHT auxilia a gestão das atividades e constitui uma mais-valia para o controlo de qualidade e para o processo de avaliação do desempenho e possibilita a entrega de relatório detalhado sobre ocorrências que cada docente regista no seu processo de autoavaliação (incidência nas vertentes Ensino e Gestão). O sistema produz relatórios de atividade:

- Sumários (anomalias, atrasos ou incumprimentos);
- Datas previstas de avaliações (colisões e distribuição);
- Datas de publicação das avaliações (eventuais atrasos);
- Unidade curricular (síntese de aulas, avaliações, alunos, presenças);
- Excel de dados (construção de indicadores por curso).

Ao Gabinete de Avaliação e Qualidade (10/2008) compete: preparar ferramentas de avaliação para apoiar a gestão das atividades de ensino, investigação e transferência de conhecimento e prossecução de objetivos de qualidade; colaborar na implementação dos mecanismos de auto-avaliação regular do desempenho das unidades orgânicas, dos cursos, dos serviços, das atividades científicas e pedagógicas sujeitas ao sistema nacional de avaliação e acreditação; dinamizar, em coordenação com as unidades orgânicas e serviços, os processos para a avaliação/acreditação externa dos cursos; apoiar a realização de relatórios periódicos de avaliação da qualidade das atividades da Universidade; avaliar o impacto das atividades da instituição na comunidade, em articulação com o Gabinete de Estudos e Planeamento; recolher e sistematizar informação sobre a produção científica, a valorização social e económica do conhecimento.

4.3. Teaching staff performance evaluation procedures and measures for its permanent updating:

According to the General Regulations for the Evaluation of Teaching Staff Performance (UAlg), published in Diário da República, 2nd. series paragraph 242-Dec.16 2010, the evaluation system aims to enhance teaching performance and

continuous improvement of staff activities, in harmony with the mission and goals of the institution. The evaluation is differentiated by staff category, in accordance with the legal provisions regarding the regulation of Teaching Service. The evaluation is based on the functional content of the teaching duties, in accordance with the regulation of Teaching Service, and focuses on the following aspects: Teaching; Scientific research; Extension, Scientific dissemination and socio-economic valuation of knowledge; Management.

The evaluation of teachers is, as a rule, triennial and the respective process takes place in the period between the months of Jan.-Jun. The process of evaluation of the teaching staff comprises the following phases: Self-assessment; Evaluation; Harmonization; Preliminary hearing; Appeal; Approval.

The detailed, permanently updated information in the School's Information System allows permanent control and management of staff activities through visualization of detailed reports, including:

- *Anomalies in relation to writing class summaries or other obligations*
- *The planned dates of student assessments, in order to avoid overlaps and clashes of dates*
- *Publication dates of the results of student assessments (allowing unjustified delays to be detected)*
- *Final report of the curricular unit with a synthesis of what occurred during the school year in terms of classes and student assessments*
- *Data exported to Excel to produce indicators such as the success rates for courses, etc*

This information is a clear asset regarding quality control and aids the process of assessing performance as it enables the delivery of a detailed report on occurrences that every teacher needs to register for his/her self-evaluation process, focusing mainly on aspects of teaching, researching and management.

In Oct. 2008 an Office of Evaluation and Quality was created, with the following competencies: prepare evaluation tools to support the management of teaching activities, research and transfer of knowledge and the pursuit of quality objectives; collaborate in the implementation of mechanisms for regular self-assessment of the performance of organic units, courses, services, as well as scientific and pedagogical activities subject to assessment and the national accreditation system; streamline, in coordination with the organic units and services, the processes for the assessment/external accreditation of courses; support periodic quality assessment reports of the activities of the University; assess the impact of the activities of the institution in the community, in conjunction with the Office of Studies and Planning; collect and systematize information on scientific production and the socio-economic valuation of knowledge.

5. Descrição e fundamentação de outros recursos humanos e materiais

5.1. Pessoal não docente afecto ao ciclo de estudos:

Na ESGHT existe um secretariado de apoio para todos os cursos de formação avançada, constituído por dois funcionários que dão apoio aos docentes e discentes.

O pessoal não docente é distribuído pelos vários serviços de apoio administrativo que garantem o bom funcionamento das atividades da escola, e não são atribuídos a ciclos de estudos, em particular. Assim, o que é possível é listar todo o pessoal não docente, de acordo com as suas categorias

- 3 Assistente operacional
- 12 Assistente técnico
- 2 Técnico de informática
- 3 Técnico superior
- 20 Total de não-docentes

5.1. Non teaching staff allocated to the study programme:

The ESGHT has a secretariat to support all second cycle courses, consisting of two employees that give support to teachers and students. However, in general, the non-teaching staff is distributed across several administrative support services that ensure the smooth running of all the School's activities, and they are not assigned to specific cycles of study. Therefore, what is possible is to list all the non-teaching staff:

- 3 Operational Assistants
- 12 Technical Assistants
- 2 Computer Technicians
- 3 High-level Technicians / Supervisors
- 20 Total non teaching staff

5.2. Instalações físicas afectas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços lectivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.):

Tipo de Espaço Área (m2)

- 19 Salas de aula 818.7
- 3 Laboratórios de informática 181.1
- 1 Sala de trabalho de alunos 252.5
- 1 Auditório 208
- 1 Cafetaria 160
- 1 Biblioteca 1250
- 34 Gabinetes 272

5.2. Facilities allocated to and/or used by the study programme (teaching spaces, libraries, laboratories, computer rooms, etc.):

Type of spaces Area (m2)
 19 Classrooms 818.7
 3 Computer Labs 181.1
 1 Student study room 252.5
 1 Auditorium 208
 1 Cafeteria 160
 1 Library 1.250
 34 Offices 272

5.3. Indicação dos principais equipamentos e materiais afectos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didácticos e científicos, materiais e TICs):

Tipo de Equipamento Número
 Computadores 231
 Servidores 7
 Impressoras/ Fotocopiadoras/ Multifunções 15
 Projectores 22
 TV 5

5.3. Indication of the main equipment and materials allocated to and/or used by the study programme (didactic and scientific equipments, materials and ICTs):

Tipo de Equipamento Número
 Computadores 231
 Servidores 7
 Impressoras/ Fotocopiadoras/ Multifunções 15
 Projectores 22
 TV 5

6. Actividades de formação e investigação

Mapa VI - 6.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica

6.1. Mapa VI Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica / Research Centre(s) in the area of the study programme, where the teachers develop their scientific activities

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	Observações / Observations
CIEO – Centro de Investigação sobre o Espaço e as Organizações da Universidade do Algarve	Muito Bom	Universidade do Algarve	Centro de Estudos
CEFAGE- Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Évora	Excelente	Universidade de Évora	Centro de Estudos
CECL - Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, Universidade Nova de Lisboa	--	Universidade Nova de Lisboa	Centro de Estudos
CRIA - Centro em Rede de Investigação em Antropologia	Muito Bom	Universidade Nova de Lisboa; Universidade de Coimbra; ISCTE; Universidade do Minho	Centro de Estudos
CEPAC - Centro de Estudos em Património, Paisagem e Construção	--	Universidade do Algarve	Centro de Estudos
GEQUALTEC	--	Universidade do Porto	Centro de Estudos
INESC - ID Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Investigação e Desenvolvimento	--	Instituto Superior Técnico	Centro de Estudos

Perguntas 6.2 e 6.3

6.2. Mapa resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, na área predominante do ciclo de estudos, em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos cinco anos (referenciação em formato APA):

<http://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/157593cf-e15f-c603-de63-542e6fc6dcfd>

6.3. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as actividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos:

Investigadores em corpos editoriais internacionais e ligações a: WTO, Atlas, Ibertur, Lifestyle Migration Hub, Mediterranean Mobilities Research Network, North American Mobilities Network, Nordic Migration Research, Rede de investigação Ibero Americana de Turismo, Rede de Investigación en Gestión de la Calidad y Excelencia e Stratos Network.

Enhancing the growth potential of coastal tourism concentration through an innovative, green and inclusive mobilisation of Med area local assets (TOURMEDASSETS). FEDER (MED N. Ref: 6622|1M-MED14-14). Univ. Veneza

Ca'Foscari, Univ. Málaga, Univ. Split
 COMPETITIVTUR-Estudo Competitividade Turística - Região do Algarve, CCDR Algarve.
 SRM-Smart Revenue Management-projeto da tipologia "I&DT Empresas", modalidade "Projetos em Co-promoção",
 Visualforma e Univ. Algarve (n.º38962 Programa Estratégico +E+I Programa Operacional Factores de Competitividade-
 QREN)
 Programa de Cooperação Transnacional do Espaço Mediterrâneo (MED, 2007-2013, CCI 2007 CB 163 PO 045)

6.3. List of the main projects and/or national and international partnerships, integrating the scientific, technological, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme:

Researchers in editorial boards of international journals and linked to: WTO, Atlas, Ibertur, Lifestyle Migration Hub, Mediterranean Mobilities Research Network, North American Mobilities Network, Nordic Migration Research, Rede de investigação Ibero Americana de Turismo, Rede de Investigación en Gestión de la Calidad y Excelencia and Stratos Network.

Enhancing the growth potential of coastal tourism concentration through an innovative, green and inclusive mobilisation of Med area local assets (TOURMEDASSETS) FEDER (MED N. Ref: 6622|1M-MED14-14). Univ. Veneza Ca'Foscari, Univ. Málaga and Univ. Split

COMPETITIVTUR- Study of the tourist competitiveness, CCDR, Algarve Region

SRM - Smart Revenue Management" – project of the "I&DT Empresas" type "Projects in Co-promotion", Visualforma and UAlg (n.º38962 Strategic Programme +E+I, Competitiveness Factors Operational Programme- QREN)

Transnational Cooperation Programme of the Mediterranean Space (MED, 2007-2013, CCI 2007 CB 163 PO 045

7. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artísticas, prestação de serviços à comunidade e formação avançada

7.1. Descreva estas actividades e se a sua oferta corresponde às necessidades do mercado, à missão e aos objetivos da instituição:

A ESGHT é uma unidade orgânica vocacionada para o ensino superior, para a investigação, para a colaboração com a comunidade e para a cooperação internacional. No âmbito das suas atribuições cabe-lhe oferecer cursos de natureza politécnica, oferecer vários tipos de formação pós-graduada, promover a investigação nos domínios do conhecimento científico da Gestão, Hotelaria e Turismo, bem como garantir a transferência de conhecimento e a oferta de programas de formação ao longo da vida, a que se juntam, por um lado, a prestação de serviços à comunidade e, por outro, a colaboração com entidades públicas e privadas no âmbito da formação, investigação e desenvolvimento.

7.1. Describe these activities and if they correspond to the market needs and to the mission and objectives of the institution:

The ESGHT is an organic unit dedicated to higher education, research, collaboration with the local community and international cooperation. A part of its mission is therefore to offer courses of a Polytechnic nature, to offer various types of postgraduate training, to promote research in the fields of management, hospitality and tourism, and to ensure the transfer of knowledge and the provision of programmes of lifelong learning, whilst at the same time providing services to the community and collaborating with public and private entities in the field of training, research and development.

8. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público)

8.1. Avaliação da empregabilidade dos graduados por ciclos de estudos similares com base nos dados do Ministério da Economia:

Cód. Estab. - Estabelecimento de ensino - Cód. Curso - Curso -Grau - Área de educação e formação - Desempregados que concluíram o curso entre 2003 e 2013 (1) - Diplomados de 2002/03 a 2011/12 (2)

0604 - Universidade de Évora, Escola de Ciências Sociais - 6334 - Turismo - MESTRADO - 812 - 1 - 11

1107 - Universidade do Porto, Faculdade de Letras - 6334 - Turismo - MESTRADO - 812 1 - 15

2800 - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias - 6334 - Turismo - MESTRADO - 812 - 1 - 30

7110 - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril - 6334 - Turismo - MESTRADO - 812 - 2 - 33

Fontes:

(1) Instituto de Emprego e Formação Profissional, I.P.

(2) Direção-Geral de Estatísticas de Educação e Ciência do Ministério da Educação e Ciência.

8.1. Evaluation of the graduates' employability based on Ministry of Economy data:

Cód. Estab. - Estabelecimento de ensino - Cód. Curso - Curso -Grau - Área de educação e formação - Desempregados que concluíram o curso entre 2003 e 2013 (1) - Diplomados de 2002/03 a 2011/12 (2)

0604 - Universidade de Évora, Escola de Ciências Sociais - 6334 - Tourism - MASTER - 812 - 1 - 11
 1107 - Universidade do Porto, Faculdade de Letras - 6334 - Tourism - MASTER - 812 1 - 15
 2800 - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias - 6334 - Tourism - MASTER - 812 - 1 - 30
 7110 - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril - 6334 - Tourism - MASTER - 812 - 2 - 33

Sources:

- (1) Instituto de Emprego e Formação Profissional, I.P.
 (2) Direção-Geral de Estatísticas de Educação e Ciência do Ministério da Educação e Ciência.

8.2. Avaliação da capacidade de atrair estudantes baseada nos dados de acesso (DGES):

N/A

8.2. Evaluation of the capability to attract students based on access data (DGES):

N/A

8.3. Lista de eventuais parcerias com outras instituições da região que lecionam ciclos de estudos similares:

Na região do Algarve não existe outra instituição de ensino superior

8.3. List of eventual partnerships with other institutions in the region teaching similar study programmes:

There are no other superior institutions in Algarve region.

9. Fundamentação do número de créditos ECTS do ciclo de estudos

9.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos, com base no determinado nos artigos 8.º ou 9.º (1.º ciclo), 18.º (2.º ciclo), 19.º (mestrado integrado) e 31.º (3.º ciclo) do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março:

A presente proposta diz respeito a um ciclo de estudos conducente ao grau de mestre para cuja conclusão se requerem 120 créditos e uma duração de quatro semestres curriculares de trabalho dos alunos. O ciclo de estudos é proposto por uma unidade orgânica da Universidade do Algarve pertencente ao subsistema politécnico mas terá a colaboração de outras unidades orgânicas da mesma universidade, tanto do subsistema politécnico como do subsistema universitário, devendo assegurar, predominantemente, a aquisição pelo estudante de uma especialização de natureza profissional embora não se exclua uma formação de natureza mais académica com recurso à atividade de investigação e de inovação, mais característica dos mestrados universitários, facultada pela opção pela dissertação, a par de outras cuja natureza é mais aplicada, como seja o estágio e o projeto.

9.1. Justification of the total number of ECTS credits and of the duration of the study programme, based on articles no.8 or 9 (1st cycle), 18 (2nd cycle), 19 (integrated master) and 31 (3rd cycle) of Decreto-Lei no. 74/2006, March 24th:

This proposal relates to a course of study leading to a master's degree which requires 120 credits and a duration of four curricular semesters of students' work. The course of study is proposed by an organic unit of the University of Algarve that belongs to the Polytechnic subsystem, but counts on the collaboration of other organic units of the same University, both in the Polytechnic subsystem and the University subsystem. It aims to ensure that students acquire a specialization of a professional nature while not excluding training of a more academic nature, using research and innovation activities, which is more characteristic of university Masters programmes. As such, the programme provides the option of either writing a dissertation, or carrying out a more applied project or internship.

9.2. Metodologia utilizada no cálculo dos créditos ECTS das unidades curriculares:

A metodologia utilizada no cálculo dos créditos ECTS das unidades curriculares foi a seguinte: 2 semestres letivos com 6 unidades curriculares cada, das quais 3 são da área fundamental do ciclo de estudos (812) e as restantes 3 são das áreas de especialização, de cinco ECTS cada (cerca de 140 horas totais) das quais 30 são de contacto (cerca de 21%). Sendo um ciclo de estudos oferecido em regime pós-laboral com três períodos letivos por semana, isso perfaz um total de 9 horas de contacto e cerca de 42 horas de estudo autónomo por semana, o que significa uma carga já significativa tendo em consideração que se trata de um regime pós-laboral.

9.2. Methodology used for the calculation of the ECTS credits of the curricular units:

The methodology used in the calculation of the curricular units ECTS credits was as follows: 2 academic semesters with 6 course units each, of which 3 are from the core area of the study cycle (812) and the remaining 3 are from the areas of specialization, with 5 ECTS each and about 140 hours total of which 30 are contact hours (about 21%). As this course is offered with after-working-hours timetable arrangements with three periods per week, this makes a total of 9 contact hours and about 42 hours of self-study per week, which means a significant workload taking into consideration that this is an after-hours course.

9.3. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares:

A Universidade do Algarve tem regras estabelecidas quanto ao método de cálculo dos ECTS, as quais derivam de uma reflexão conjunta entre os representantes dos docentes e estudantes.

Sob a orientação da comissão coordenadora deste mestrado, os docentes que integram a lecionação deste ciclo de estudos deram o seu contributo ativo na conceção do plano de estudos, com ênfase no âmbito da elaboração dos programas curriculares das diferentes unidades curriculares, bem como na definição do número de ECTS das respetivas unidades, nas reuniões em sede dos núcleos e dos órgãos de governo da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, do ISE e da Faculdade de Economia.

9.3. Process used to consult the teaching staff about the methodology for calculating the number of ECTS credits of the curricular units:

The University of the Algarve has established rules regarding the method of calculation of the ECTS, which derive from a joint reflection among the representatives of the teachers and students. Under the guidance of the Coordinating Committee of this master's project, teachers who are part of the teaching staff of this cycle of studies contributed actively in the design of the study plan, with an emphasis in the preparation of the curricular units, as well as in the definition of the number of ECTS of the respective units, at meetings within their scientific areas and within the organs of governance of the School of Management, Hospitality and Tourism, the Higher Institute of Engineering and the Faculty of Economics.

10. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu

10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior com duração e estrutura semelhantes à proposta:

Entre as instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior que oferecem ciclos de estudo com duração e estrutura semelhantes podemos apontar as seguintes:

- University of Surrey - Tourism Management
- University of Bournemouth - Tourism Management and Marketing
- Universidade de Aveiro - Gestão e Planeamento em Turismo
- Breda University of Applied Sciences - Tourism Destination Management

10.1. Examples of study programmes with similar duration and structure offered by reference institutions of the European Higher Education Area:

Among the institutions of the European area of higher education that offer study cycles similar in structure to the one that is being proposed, we can point out the following:

- University of Surrey - Tourism Management
- University of Bournemouth - Tourism Management and Marketing
- Universidade de Aveiro - Tourism Management and Planning
- Breda University of Applied Sciences - Tourism Destination Management

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior:

Da análise efetuada, salienta-se que o mestrado em funcionamento na Universidade de Aveiro é o que apresenta maiores semelhanças com o ciclo de estudos que se está a propor, pois o enquadramento legislativo e organizacional é semelhante ao da instituição Universidade do Algarve. Em relação aos mestrados ministrados no Reino Unido, particularmente o ministrado na Universidade de Surrey apresenta semelhanças particulares com o ciclo de estudos proposto ao nível das visitas de estudo e uma maior proximidade com a realidade concreta dos destinos turísticos. Os ciclos de estudo visam alcançar esta proximidade com a realidade dos destinos turísticos com recurso a visitas de estudo a instituições ou locais que melhor possam ilustrar e sublinhar as matérias abordadas.

De um modo geral todos os ciclos de estudos conhecidos visam formar/qualificar os seus alunos para uma intervenção apropriada, mediante a construção de conhecimentos e competências resultantes de uma aprendizagem com carácter prático e instrumental, visando melhorar a qualidade da sua intervenção em contexto social e económico, enquanto profissionais, e de participação na sociedade, enquanto cidadãos e atores.

10.2. Comparison with the intended learning outcomes of similar study programmes offered by reference institutions of the European Higher Education Area:

From the analysis performed, it should be noted that the master's programme in operation at the University of Aveiro is the one that presents most similarities with the course of study which is being proposed, because the legislative and organizational framework is similar to that of the University of the Algarve. In relation to the masters being offered in the United Kingdom, particularly the one at the University of Surrey has similarities with the cycle of studies proposed because of the organized study visits and the promotion of a greater proximity to the concrete reality of tourist destinations. The cycles of study aim to achieve this proximity to the reality of the tourist destinations with study visits to institutions or locations that can best illustrate and emphasise the subject matters addressed.

In general, all the programmes studied aim to qualify their students to make appropriate interventions by building knowledge and skills resulting from practical and instrumental learning, aiming to improve the quality of their intervention in the social and economic context, as professionals, and their participation in society, as citizens.

11. Estágios e/ou Formação em Serviço

11.1. e 11.2 Locais de estágio e/ou formação em serviço (quando aplicável)

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

Mapa VII - Hoteis Real

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Hoteis Real

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Hoteis Real.pdf](#)

Mapa VII - Mundo Aquático

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Mundo Aquático

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Mundo Aquático - Zoomarine.pdf](#)

Mapa VII - Município de Silves

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Município de Silves

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Município de Silves.pdf](#)

Mapa VII - Villamania

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Villamania

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Villamania.pdf](#)

Mapa VII - Município de Sintra

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Município de Sintra

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Município de Sintra2.pdf](#)

Mapa VII - Celoli, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Celoli, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Celoli Aquashow2.pdf](#)

Mapa VII - Marope

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Marope

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Marope Crown Plaza2.pdf](#)

Mapa VII - Município de Loulé

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Município de Loulé

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Município de Loulé2.pdf](#)

Mapa VII - Município de Ourique

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Município de Ourique

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Município de Ourique2.pdf](#)

Mapa VII - Município de Portimão

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Município de Portimão

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Município de Portimão2.pdf](#)

Mapa VII - Município de São Brás de Alportel

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Município de São Brás de Alportel

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Município de Sao Bras2.pdf](#)

Mapa VII - Município de Sintra

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Município de Sintra

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Município de Sintra2.pdf](#)

Mapa VII - Palmares, Empreendimentos Turísticos

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Palmares, Empreendimentos Turísticos

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Palmares Empr Turisticos2.pdf](#)

Mapa VII - Quinta dos Vales

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Quinta dos Vales

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Quinta dos Vales2.pdf](#)

Mapa VII - Município de Vila Real de Santo António

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Município de Vila Real de Santo António

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._VRSA2.pdf](#)

Mapa VII - Hoteis Vila Galé

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Hoteis Vila Galé

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Vila Galé2.pdf](#)**Mapa VII - AETC - Atlantic Erasmus Training Consortium****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***AETC - Atlantic Erasmus Training Consortium***11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**[11.1.2._AETC.pdf](#)**Mapa VIII. Plano de distribuição dos estudantes****11.2. Mapa VIII. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.(PDF, máx. 100kB).**

<sem resposta>

11.3. Recursos próprios da Instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço.**11.3. Recursos próprios da Instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço:***Salientamos que em conformidade com o referido anteriormente a ESGHT tem a experiência de décadas na gestão dos recursos próprios, materiais e humanos (docentes e não docentes). Tem um exaustivo e experimentado regulamento específico para os estágios curriculares. Haverá associação dos respeitantes recursos docentes na orientação dos estágios, sempre com um supervisor do estágio na empresa onde decorre cada um destes estágios em permanente comunicação com a ESGHT e, em especial, com o docente do mestrado orientador do estágio.***11.3. Resources of the Institution to effectively follow its students during the in-service training periods:***As already mentioned, the ESGHT has decades of experience in the management of its own material and human resources. ESGHT has extensive regulations for internships that have been experimented and tested repeatedly. There will be a close cooperation between the professor in charge of the trainee and his/her supervisor in the company/institution.***11.4. Orientadores cooperantes****Mapa IX. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio e/ou formação em serviço responsáveis por acompanhar os estudantes****11.4.1 Mapa IX. Mecanismos de avaliação e selecção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a Instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB):**[11.4.1_Reg Estágios.pdf](#)**Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos de formação de professores)****11.4.2. Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos de formação de professores) / External supervisors responsible for following the students' activities (mandatory for teacher training study programmes)**

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional qualifications	Nº de anos de serviço / Nº of working years
----------------	--	--	---	--

<sem resposta>

12. Análise SWOT do ciclo de estudos**12.1. Pontos fortes:**

- *Boa posição da ESGHT, em termos nacionais, no domínio do Ensino Superior em Turismo;*
- *Forte investimento na formação do pessoal docente, por forma a melhorar a qualidade do ensino e, em resultado, aumentar o seu prestígio no médio e longo prazo;*
- *Reconhecimento da Universidade do Algarve no domínio da formação em Turismo, tanto a nível regional como nacional;*

- Forte sintonia com a principal atividade económica da região onde se insere, o turismo.
- Aquisição de competências técnico-científicas que propiciem um padrão de rigor e qualidade no desempenho de atividades nos níveis organizacional e científico.
- Atualização sobre os desenvolvimentos turísticos e as melhores práticas.
- Conhecimentos para análise e intervenção nas abordagens ao consumidor, aos produtos e no âmbito organizacional.
- Desenvolvimento da capacidade crítica, nos níveis estratégico e operacional, preparando para a antecipação de problemas e a formulação de estratégias inovadoras.

12.1. Strengths:

- Good position of the ESGHT, in national terms, in the field of higher education in tourism;
- Strong investment in teaching staff training and development in order to improve the quality of education and, as a result, increase its prestige in the medium and long term;
- Recognition of the University of the Algarve in the field of training in tourism, at both regional and national level;
- Strong links with the main economic activity of the region where it operates: tourism.
- Acquisition of technical and scientific skills that provide a standard of accuracy and quality in the performance of activities in scientific and organizational levels.
- Constant updating on developments of interest and best practices.
- Knowledge for analysis and intervention in consumer approaches to products and at organizational level.
- Development of critical capacity, strategic and operational levels, preparing for the anticipation of problems and the formulation of innovative strategies.

12.2. Pontos fracos:

- Possíveis dificuldades em atrair predominantemente os melhores alunos do país;
- Risco de limitação de infraestruturas adequadas ao funcionamento simultâneo de vários mestrados, especialmente no que concerne o nível de conforto das salas e do apoio técnico de secretariado;
- Biblioteca com localização ou acesso pouco conveniente para os alunos dos cursos de mestrado;
- Oferta de cursos de mestrado pelas IES do subsetor politécnico ainda não é muito valorizada pela população;
- O modesto nível de envolvimento dos docentes em atividades de Investigação e Desenvolvimento em parceria com as empresas pode limitar o conhecimento novo, que poderia ser um fator crítico de sucesso para o crescimento da procura;
- O número de áreas optativas (quatro) pode constituir uma limitação à afirmação do Mestrado em Turismo, lato sensu.

12.2. Weaknesses:

- Possible difficulties in attracting predominantly the best national students;
- Risk of limitation of infrastructures suitable for the simultaneous operation of several masters courses, especially regarding the level of comfort of the classrooms and the technical support provided by the secretariat;
- Campus library with location or access not so convenient for students of the masters courses;
- Masters courses offered by IES of the Polytechnic subsector are not yet adequately valued by the local population;
- The modest level of involvement of the academic staff in research and development activities in partnership with enterprises may limit the production of new knowledge, which could be a critical success factor for a growth in demand;
- The number of optional areas (four) may make the consolidation of the Masters in Tourism difficult, lato sensu.

12.3. Oportunidades:

- Prestígio da Instituição;
- Correspondência com as necessidades do tecido empresarial;
- Implantação dos formados pela ESGHT no trade regional, nacional e internacional;
- Complementaridade com formações diversificadas;
- Atratividade internacional;
- Facilidade de acesso a partir da maior parte dos países europeus;
- Procura de formação pós-graduada;
- Recursos envolventes propícios à oferta de formação especializada;
- Reduzida oferta de Mestrados em Turismo em Portugal.

12.3. Opportunities:

- Prestige of the institution;
- Correspondence with the needs of the corporate sector;
- Influence of the University of the Algarve's alumnae in regional, national and international enterprises and public administration agencies and services;
- Complementarity with diversified educational backgrounds;
- International attractiveness;
- Ease of access from most European countries;
- Demand for postgraduate education in the area of tourism;
- Surrounding environment favourable to the growth in demand for specialized education;
- Small number of Masters in Tourism programmes being offered in Portugal.

12.4. Constrangimentos:

- Perspetivas sócio-económicas europeias;
- Desaceleração da economia regional;
- Necessidade de uma permanente adequação da oferta às necessidades do mercado;

- *Proliferação de cursos de mestrado*
- *Situação económica e financeira das famílias;*
- *Financiamento pouco atrativo para candidatos a frequentar o ensino universitário, em especial, mestrados e doutoramentos;*
- *Dificuldades reforçadas pela conjuntura socioeconómica desfavorável ao crescimento económico e ao emprego.*

12.4. Threats:

- *Pessimistic European socio-economic perspectives;*
- *Regional economy in crisis, affecting tourism activities;*
- *Need for a permanent adjustment to the requirements of the tourism enterprises and public entities;*
- *Proliferation of masters courses*
- *Poor economic and financial situation of most local families;*
- *Not so attractive bank credit for candidates to attend university level courses, in particular, masters and doctorates;*
- *Difficulties reinforced by unfavorable socio-economic conditions for economic growth and employment concerning those holding master and doctorate degrees.*

12.5. CONCLUSÕES:

O Mestrado em Turismo insere-se num dos eixos estratégicos da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, ou seja, o ensino e investigação no domínio Turismo e, neste caso, especificamente, em áreas de especialização do setor, sem descuidar uma sólida base de conhecimento acerca do Turismo enquanto corpo de conhecimento autónomo, no que se refere ao domínio técnico-científico. Para além disso, o mesmo contribui também, significativamente, para a promoção do desenvolvimento regional com base num elevado grau de especialização tendo em conta a natureza das atividades económicas nela desenvolvidas. É de salientar, contudo, que a presente oferta não visa apenas a satisfação de necessidades locais estando, também, vocacionada para o exercício de funções técnicas e de investigação, conforme as opções escolhidas, nos diferentes contextos (nacional e internacional) nos quais os interessados possam vir a desenvolver a sua atividade. Esta flexibilidade representa, por um lado, um desafio para a Instituição mas, por outro, abre um vasto conjunto de oportunidades que poderão ser aproveitadas, tanto ao nível da presente oferta, como ao nível das opções para os futuros mestres.

12.5. CONCLUSIONS:

The Masters in Tourism is part of the strategic orientation of the ESGHT, namely, teaching and research in tourism and, in this case, specifically in areas of specialization of that sector, without neglecting a solid base of knowledge about tourism as an autonomous body of knowledge, with regard to its technical-scientific domain. In addition, the proposal also contributes significantly to the promotion of regional development based on a high degree of specialization taking into account the nature of the economic activities comprised in the above mentioned sector. It should be noted, however, that this masters programme does not intend to satisfy only local needs, since it also gives priority to the exercise of technical and research functions, depending on the options chosen, in different contexts (both national and international) in which those interested can progress in their activities. This flexibility represents, on the one hand, a challenge to the institution but, on the other, opens a vast array of opportunities that can be taken advantage of both in terms of the programme itself and in terms of the future options for students graduating from this programme.