



Licenciatura em Ecoturismo

Ref.^a: **1831005**
Ano lectivo: **2012-13**

DESCRITOR DA UNIDADE CURRICULAR

PRODUTOS TURÍSTICOS

TOURISM PRODUCTS

1. Unidade Curricular:

1.1 Área científica: 81 - Serviços Pessoais

1.2 Tipo (*Duração*): Semestral

1.3 Ano/Semestre: 3º A / 5º S

1.4 Tempo de trabalho (horas) (1):

Horas de Contacto (2)								Projectos	Trabalhos no terreno	Estudo	Avaliação	Total
T	TP	PL	TC	S	E	OT	O					
	51,0					17,0		20,0		39,0	6,0	133,0

- (1) "O número total de horas do estudante, incluindo todas as formas de trabalho previstas, designadamente as horas de contacto e as horas dedicadas a estágios, projectos, trabalhos no terreno, estudo e avaliação"
- (2) Indicar para cada actividade [usando a codificação constante na alínea e) do n.º 3.4 das normas] o número de horas totais; "o número de horas de contacto totais distribuídas segundo o tipo de actividade adoptada [ensino teórico (T), teórico-prático (TP) prático e laboratorial (PL), trabalho de campo (TC), seminário (S), estágio (E), orientação tutorial (OT), outra (O)]"

1.5 Créditos ECTS: 5

2. Requisitos e Precedências

É aconselhável a aprovação na UC Introdução ao Turismo

3. Contexto

A riqueza e diversidade de recursos turísticos do território nacional permitem responder às necessidades da actividade turística, indo ao encontro das motivações da respectiva procura. Assim, numa perspectiva de interdisciplinaridade e de desenvolvimento de produtos turísticos, pretende-se criar nos alunos a capacidade de valorização dos recursos locais e regionais, através do desenvolvimento sustentável de produtos turísticos e da dinamização social e económica dos territórios e das suas populações.

4. Competências

Como resultado do processo de ensino-aprendizagem, o estudante:

- 1) Descreve o conceito de produto turístico, a sua aplicação a actividades turísticas e o seu ciclo de vida.
- 2) Identifica as especificidades dos principais produtos turísticos utilizados em espaços rurais e naturais.



- 3) Planeia circuitos turísticos que integrem diversos tipos de produtos turísticos específicos ou complementares.
- 4) Reconhece as funções dos intervenientes na programação de viagens, nomeadamente as agências de viagem e os operadores turísticos.
- 5) Explica a importância da atividade dos guias turísticos e elabora informação pertinente em suportes adequados.

4'. Skills

As a result of the teaching-learning process, the student:

- 1) Describes the concept of tourism product, its application to tourism activities and its life cycle.
- 2) Identifies the specifics of the main tourism products used in rural and natural areas.
- 3) Plans tourist tours integrating different types of specific or complementary tourism products;
- 4) Recognizes the roles of those involved in planning travel, including travel agencies and tour operators.
- 5) Explains the importance of the activities of tourist guides and prepares relevant information on suitable media.

5. Conteúdos e Metodologias de Ensino

Conteúdos programáticos:

- 1) O conceito de produto turístico: definições e componentes.
 - O sistema turístico e a montagem de produtos turísticos.
- 2) Mercado e Estratégia:
 - O produto turístico enquanto resultado de uma oferta e de uma procura.
 - Produtos turísticos estratégicos para o desenvolvimento nacional. Análise crítica do PENT.
 - O ciclo de vida do produto turístico.
 - Principais produtos turísticos em espaços rurais: Turismo Rural, Gastronomia e Vinhos.
 - Análise de produtos turísticos no âmbito do: Turismo de Aventura/Activo, Turismo de Saúde e Bem-Estar, Turismo Desportivo, Turismo Náutico, Turismo de Sol e Mar, Turismo de Natureza, Turismo Urbano, Turismo Acessível, Turismo Residencial, Turismo de Negócios, Ecoturismo, Turismo Religioso e Turismo Cultural.
- 3) Itinerários e circuitos turísticos: definições, características e planeamento.
- 4) As funções dos operadores turísticos e das agências de viagens na organização de viagens.
 - Recursos e infraestruturas necessárias para a implementação de circuitos turísticos.
- 5) Informação turística
 - Funções do Guia Turístico.

Metodologias de Ensino:

O processo de ensino-aprendizagem baseia-se numa combinação de atividades que utilizam diversas tipologias de métodos apropriados a cada tipo de conteúdo:



- Exposição oral dos conteúdos básicos necessários à aquisição das competências, em aulas teórico-práticas, que suscitam a participação dos alunos;
- Análise crítica de casos relacionados com os assuntos abordados nas aulas, com visitas de estudo sempre que for oportuno;
- Elaboração de trabalhos de projecto sob orientação;
- Actividades de orientação tutorial;
- Apresentação oral e discussão de trabalhos realizados individualmente e/ou em grupo.

6. Resultados de Aprendizagem

Competência 1:

- Aplica as noções de oferta e procura turística ao conceito de produto turístico;
- Relaciona a montagem de produtos turísticos com o sistema turístico;
- Analisa o ciclo de vida de produtos turísticos.

Competência 2:

- Identifica os principais produtos turísticos usados em espaços rurais e naturais;
- Identifica as características da gastronomia regional portuguesa como produto turístico;
- Identifica as características de rotas temáticas como produto turístico, com especial destaque para as rotas do vinho;
- Identifica as características do turismo de saúde e bem-estar, com particular destaque para o turismo termal;
- Identifica produtos turísticos de natureza cultural;
- Identifica produtos turísticos relacionados com recursos naturais;
- Identifica outros produtos turísticos e distingue-os entre si;
- Desenvolve produtos turísticos com base em recursos naturais, patrimoniais ou culturais.

Competência 3:

- Planeia circuitos turísticos adaptados a produtos turísticos específicos ou complementares;
- Identifica a terminologia utilizada em itinerários e circuitos turísticos;
- Identifica produtos turísticos susceptíveis de serem integrados em circuitos turísticos.

Competência 4:

- Reconhece as funções dos intervenientes na programação de viagens, em particular, as agências de viagens e os operadores turísticos;
- Descreve a principal legislação aplicável a itinerários e circuitos turísticos;
- Justifica os recursos e as infra-estruturas necessários para a implementação de circuitos turísticos;
- Projecta viagens organizadas.

Competência 5:

- Explica o papel do guia turístico;
- Elabora informação pertinente para circuitos turísticos em suportes adequados.



7. Organização Modular de Avaliação

Módulo 1: Produtos Turísticos em Espaço Rural

Objectivos: Avaliação dos resultados de aprendizagem referentes às competências 1 e 2

Peso: 60%

Avaliação: Um teste escrito (80%) e um trabalho prático de análise crítica (20%)

Módulo 2: Circuitos Turísticos

Objectivos: Avaliação dos resultados de aprendizagem referentes às competências 3, 4 e 5

Peso: 40%

Avaliação: Um teste escrito (60%), um projecto (40%)

8. Avaliação em Exame:

Prova de exame com uma componente de avaliação teórica (prova escrita, 60%) e uma componente de avaliação prática (trabalho prático, 40%)

9. Condições para aproveitamento na UC:

Um aluno fica aprovado quando tenha cumprido o valor mínimo de presenças nas aulas (75% para cada tipo de aula), obtido uma média ponderada das classificações dos módulos igual ou superior a 9,5 valores e uma classificação em cada um dos módulos igual ou superior a 7,5 valores. Em cada ano lectivo, um aluno que não obtenha aprovação durante o período de leccionação pode ter acesso a uma reavaliação, por módulo, havendo duas chamadas, em época prevista no calendário académico. Um aluno tem acesso a reavaliação quando tenha obtido uma classificação superior ou igual a 7,5 valores num qualquer dos módulos e tenha cumprido o valor mínimo de presenças nas aulas. A avaliação em exame, em época normal ou de recurso, contempla os alunos a quem, por força de lei, não possa ser exigida a presença nas aulas e a melhoria de classificação.

10. Bibliografia:

Bibliografia de base:

- BAPTISTA, M. (2003). Turismo - Gestão Estratégica. Lisboa: Editorial Verbo.
- CARLSEN, J.; CHARTERS, S. (Eds) (2006). Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing. Wallingford: CABI.
- Carta do Lazer das Aldeias Históricas (2000). Lisboa: Edição conjunta do INATEL e PPDR (Promoção do Potencial de Desenvolvimento Regional).
- COOPER, C.; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GILBERT, D.; WANHILL, S. (2008). Tourism: Principles and Practice, 4ª Ed, Harlow, Essex: Pearson.
- CUNHA, Licínio (2001). Introdução ao Turismo. Lisboa: Editorial Verbo.
- DIAS, F.; SOIFER, J.; FERREIRA, L. (2009). O Futuro do Turismo. Território, Património, Planeamento. Porto: Estratégias Criativas.



- ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT (1996). "Market segments: spas and health resorts in Europe". *Travel and Tourism Analyst*, N° 1, pp. 53-57.
- FENNEL, D. (2008). *Ecotourism*. London: Routledge.
- FIRMINO, M. (2007). *Turismo: organização e gestão*. Lisboa: Escola Editora.
- GASTÓN, J.; CAÑADA, E. (2007). *El Turismo y sus Mitos*. Il. Alberto Sánchez. Managua: Enlace.
- GONÇALVES, V.; ÁGUAS, P. (1997). "The concept of life cycle: an application to the tourist product". *Journal of Travel Research*. Vol XXXVI. N° 2.
- HJALAGER, A-M; RICHARDS, G. (Eds). (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- MARTINEZ, B. A. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: Esic Editorial.
- MURPHY, P. E.; PRITCHARD, M. P.; SMITH, B. (2000) – The Destination Product and its impact on Traveler Perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
- NEWSOME D.; MOORE S. A.; DOWLING R. K. (2002) - *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Aspects of Tourism Series. Clevedon: Channel View Publications.
- PARTIDÁRIO, M. R. (1999) - *Critérios para um turismo ambientalmente responsável*. Lisboa: FCT-UNL, Centro de Estudos de Planeamento e Gestão do Ambiente.
- PRIETO, J.; DIAZ, C. (1991). *Rutas e Itinerários Turísticos en España*. Madrid: Editorial Síntesis.
- RICHARDS, G. (1996) - *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford: Cabi Publishing.
- RICHARDS, G. (2001) - *Cultural Attractions and European Tourism*. Wallingford: Cabi Publishing.
- RUSSO, A.; BORG, J. (2002). "Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities". *Tourism Management*. N° 23. Pergamon. E.U.A.
- SAMPAIO, Francisco (1991). *O Produto Turístico do Alto Minho*. Edição da Região de Turismo do Alto Minho (Costa Verde).
- SMITH, S. L. J. (1994) – The Tourism Product. *Annals of Tourism Research*, 21 (3), 582-595.
- SWARBROOKE J.; BEARD, C.; LECKIE, S.; POMFRET, G. (2003) – *Adventure Tourism*. Oxford: Butterwoth – Heinemann.
- WTO (2001) - *Tourism 2020 Vision*. Vol 7: Global Forecasts and Profiles of Market Segments. Madrid: World Tourism Organization.

Bibliografia complementar:

A fornecer no decurso das aulas.



Proposto pelo Regente: *Vivina Almeida Carreira*

O Director de Curso

(José Azevedo, Prof. Adj.)