



Licenciatura em Ecoturismo

Ref.^a: **1832001**
Ano lectivo: **2012-13**

DESCRITOR DA UNIDADE CURRICULAR

GESTÃO TURÍSTICA

TOURISM MANAGEMENT

1. Unidade Curricular:

1.1 **Área científica:** 4 - Ciências Empresariais

1.2 **Tipo (*Duração*):** Semestral

1.3 **Ano/Semestre:** 3º A / 6º 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					
	60,0					42,0		10,0		44,0	4,0	160,0

- (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 nº 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:** 6

2. Requisitos e Precedências

É aconselhável a aprovação na UC de Gestão Empresarial e Empreendedorismo

3. Contexto

A diversidade e a transversalidade do sector de turismo levam a necessidade de se conhecer as diferentes actividades que constituem este sistema. Esta U.C pretende dotar o aluno de conhecimentos relativos à gestão de unidades turísticas, tais como o alojamento, restauração e espaços de lazer e recreio. Intenta ainda dotar o aluno das técnicas e ferramentas necessárias na área das relações públicas, imprescindíveis para desenvolver a sua actividade profissional.

4. Competências

Como resultado do processo de aprendizagem, o estudante:

- 1) Conhece o enquadramento legal, a definição, tipologias e categorias das diferentes actividades turísticas.
- 2) Conhece os procedimentos associados à organização e gestão de unidades turísticas.
- 3) Conhece as especificidades da gestão de Unidades de Turismo em Espaço Rural (TER) e de Turismo de Natureza (TN).
- 4) Aplica técnicas de Relações Públicas.



4'. Skills

As a result of a successful learning process, the student:

- 1) Recognizes the legal framework, the definition, typologies and categories of the different tourist activities.
- 2) Handles the procedures associated with the organization and management of tourist units.
- 3) Identifies the specific organization and management of tourist facilities in Rural Areas Tourism and Nature Tourism Units.
- 4) Uses techniques of public relations.

5. Conteúdos e Metodologias de Ensino

Conteúdos da UC

1. Classificação e caracterização das actividades turísticas.
2. Técnicas de organização e gestão das unidades de alojamento turístico, de restauração e bebidas, de animação turística, operadores turísticos e agências de viagens.
 - 2.1 A estratégia empresarial nas empresas turísticas: conceito, fundamentos e processo de formulação.
 - 2.2 Marketing - Promoção e venda de produtos e serviços turísticos:
 - Conceitos introdutórios.
 - Estratégia de segmentação para o turismo português.
 - Distribuição turística: conceito, funções, sistemas, intermediários.
 - Promoção turística: conceito, instrumentos e agências regionais de promoção turística.
 - 2.3 Gestão de visitantes.
 - 2.4 Conceitos básicos de gestão hoteleira.
3. Especificidades da gestão de Unidades de Turismo em Espaço Rural e de Turismo de Natureza: conceitos, critérios e requisitos mínimos.
4. Relações Públicas e Comunicação como instrumento de qualidade: atendimento ao público e gestão de reclamações, elogios e sugestões.

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.

Os principais métodos de ensino utilizados são didáticos (aulas teórico-práticas, leitura dirigida) complementados com estudo de casos, resolução de problemas, trabalho de pesquisa orientada, apresentação oral e discussão de trabalhos realizados individualmente e/ou em grupo bem como atividades de orientação tutorial.

Organizam-se visitas de estudo a unidades turísticas de forma a proporcionar aos alunos contacto com situações reais sendo a sua participação avaliada posteriormente através de testes escritos.



6. Resultados de Aprendizagem

Explicitam-se abaixo, por cada uma das competências consideradas, os resultados de aprendizagem sobre os quais incidirá a avaliação do seu domínio.

Competência 1:

Conhece o enquadramento legal, a definição, tipologias e categorias das diferentes actividades turísticas.

Competência 2:

Conhece os procedimentos associados à organização e gestão de unidades turísticas:

- Conhece e sabe aplicar os conceitos e fundamentos do processo de formulação da estratégia empresarial;
- Conhece e sabe aplicar técnicas de marketing: distribuição e promoção turística;
- Conhece o sistema de gestão de visitantes;
- Conhece as noções básicas de gestão hoteleira.

Competência 3:

Conhece as especificidades da gestão de Unidades de Turismo em Espaço Rural (TER) e de Turismo de Natureza (TN).

Competência 4:

Aplica técnicas de Relações Públicas:

- Conhece as noções básicas de Relações Públicas;
- Compreende o papel da comunicação como instrumento de qualidade;
- Aplica as técnicas de comunicação oral e escrita no atendimento ao público;
- Aplica técnicas de gestão de reclamações, elogios e sugestões.

7. Organização Modular de Avaliação

Módulo 1: Gestão e Sistema de informação de Unidades Turísticas

Objectivos: Este módulo avalia os resultados de aprendizagem referentes às competências 1, 2, 3.

Peso: 70%

Avaliação: Instrumentos de avaliação: 1 teste escrito e 1 trabalho, representando respectivamente 80% e 20% da classificação final do Módulo.

Módulo 2: Relações públicas

Objectivos: Este módulo avalia os resultados de aprendizagem referentes à competência 4.

Peso: 30%

Avaliação: Instrumentos de avaliação: um teste escrito.



8. Avaliação em Exame:

A prova de exame contempla uma componente de avaliação teórica e uma componente de avaliação prática, será elaborada por módulos e será aplicado aos módulos da prova o mesmo peso percentual do apresentado na descrição modular.

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:

- AMARAL, I. (2008). Imagem e Sucesso. Guia de Protocolo para Empresas. 8ª ed. Lisboa:Verbo.
- CARETO, H.; LIMA S. (2007). Turismo e Desenvolvimento Sustentável Vol. 1. Lisboa: GEOTA .
- CARETO, H.; LIMA S. (2007). Turismo e Desenvolvimento Sustentável Vol. 2. Lisboa: GEOTA.
- 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.; FERREIRA, L.; SOIFER, J. (Coord.). (2009). O Futuro do Turismo: Território, Património, Planeamento. Porto: Estratégias Criativas.
- GARCÍA, S. L. (2000). Recepción y Atención al Cliente. Madrid: Paraninfo.
- HAUMELY J.; HUISMAN, D. (1997). Les Relations Publiques. 9ª ed. Paris: Presses Universitaires de France.
- KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. (2006). Marketing for Hospitality and Tourism, 4ª ed., New Jersey: Pearson International Edition.
- LAMPREIA, J. M. (1992). Comunicação Empresarial: As Relações Públicas na Gestão. Lisboa: Texto Editora.
- LIMA, S. (2008). A Gestão Ambiental no Sector Hoteleiro. Lisboa: GEOTA.
- LISBOA, J.; COELHO, A.; COELHO F.; ALMEIDA, F. (2011). Introdução à Gestão das Organizações, 3ª ed., Porto: Vida Económica.



LOSANO, Fernando (2001). Manual Prático de Relações Públicas. Lisboa: Livros do Brasil.

MOUTINHO, L. (2011). Strategic Management in Tourism. Wallingford: CABI.

PENDER, L.; SHARPLEY, R. (2005). The Management of Tourism, London: SAGE.

VALLEN, G.; VALLEN, J. (2000). Check in Check out. 6th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Bibliografia complementar:

A indicar no decurso das aulas.

Proposto pelo Regente: *Vivina Almeida Carreira*

O Director de Curso

(José Azevedo, Prof. Adj.)