

FUNDAMENTOS DO TURISMO

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas (Pós-Laboral)

Código: 15813

Área Científica Predominante: Gestão, Organização e Planeamento do Turismo

Docente: Francisco Joaquim Barbosa Gonçalves

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 60h Carga Trabalho: 108h

ECTS: 6,0

Objetivos

A unidade curricular de Fundamentos do Turismo, lecionada aos estudantes do 1º ano da Licenciatura de Gestão de Atividades Turísticas, constitui o primeiro contacto dos estudantes com conceitos, terminologias e métodos de investigação básicos em Turismo, proporcionando uma perspetiva global introdutória de caráter científico ao Turismo. Pretende-se proporcionar aos estudantes uma formação de base composta por um conjunto de elementos essenciais para a compreensão do fenómeno do Turismo e respetivos impactos.

Resultados da Aprendizagem

No final do semestre, os estudantes deverão ter adquirido as seguintes competências:

- Adquirir domínio dos vários conceitos, classificações e tipos de Turismo;
- Compreender o sistema turístico e as suas dinâmicas;
- Identificar os principais elementos de avaliação e as fontes de informação relevantes no âmbito do turismo;
- Identificar as principais componentes da procura e da oferta turística, analisar as suas características fundamentais e identificar os principais fatores que influenciam no âmbito do turismo; - Analisar o estado atual e a evolução do fenómeno turístico em Portugal e a nível mundial.

Conteúdos Programáticos

Capítulo I - Enquadramento teórico e conceptualização do Turismo

Conceitos introdutórios;

Evolução histórica do Turismo;

Classificações do Turismo;

Tipos de Turismo.

Capítulo II – Sistema Turístico

Inter-Relações do Turismo;

Paradigmas e modelos do Turismo;

Processo produtivo do Turismo;

Modelo para desenvolvimento do Turismo.

Capítulo III – Elementos de Avaliação do Turismo

Conta satélite do Turismo;

Necessidade de Avaliação, Métodos e Fontes Estatísticas;

Introdução à metodologia de estudos em Turismo;

Medidas de Avaliação do Turismo.

Capítulo IV – Oferta e Procura Turísticas

Noção e características da Oferta Turística;

Estrutura e composição da Oferta Turística;

Noção e características da Procura Turística;

Determinantes fundamentais da Procura Turística;

Operadores turísticos e agências de viagens.

Capítulo V - O estado atual e tendências do Turismo

Estado atual e tendências do Turismo, a nível mundial;

Estado atual e tendências do Turismo, em Portugal;

Planeamento Estratégico Nacional do Turismo.

Bibliografia Recomendada

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. (1993). *Tourism, Principles Practice*. Adison Wesley Longman Limited. Harlow Essex. UK.

Costa, C. (Ed.). (2014). *Gestão Estratégica do Turismo: Evolução Epistemológica dos Modelos e Paradigmas, e Tendências para o Turismo* (pp. 19–40). Lisboa: Escolar Editora.

Cunha, L. Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo* (5th ed.). Lisboa: LIDEL - edições técnicas, Lda.

Dinis, G., Costa, C., Pacheco, O. (2017). Indicadores estatísticos do turismo em Portugal. *Exedra: Revista Científica*, 1, 49–69.

Getz, D. (1986). Tourism: A community approach. *Annals of Tourism Research*. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(86\)90012-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90012-5)

Gonçalves, F. (2018). A Interpretação do Património como fator de desenvolvimento do Turismo Cultural e Criativo. O caso do Galo de Barcelos. Universidade de Aveiro.

Inskeep, E. (2007). Tourism Planning Inskeep, E. (1988). Tourism planning: an Emerging Speciazation. *Journal of American Planning Association*, 360–372.: An Emerging Specialization Tourism Planning: An Emerging Specialization. *Journal of the American Planning Association*, (January 2014), 37–41.

Ioannides, D. (2006). Re-engineering established Products and Destinations. In D. B. C. Costa (Ed.), *Tourism Business Frontiers, Consumers, Products and Industry* (pp. 77–84). Oxford UK: Elsevier.

Leiper, N. (1979a). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407.

Manente, M. Minghetti, V. (2006). Destination Management Organizations and Actors. In C. Buhalis, D. Costa (Ed.), *Tourism Business Frontiers, Consumers, Products and Industry*. Oxford: Elsevier Ltd.

Mathieson, A. Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Longman.

Mill, R Morrison, A. (1985). *The Tourism System: An Introductory Text*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Organização Mundial do Turismo. (2001). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Editora Roca Lda.

Poon, A. (1994). The 'new tourism' revolution. *Tourism Management*, 15(2), 91–92. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90001-9](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90001-9)

Richards, G. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>

Silva, J. S. (2013). Turismo interno: A conceptualização e a cobertura estatística. *Revista Turismo Desenvolvimento*, 20, 151–165.

Smith, S. L. J. (2013). *Tourism Satellite Accounts: An Overview*. In *Trends in European Tourism Planning and Organisation* (pp. 265–277). Bristol: Channel View Publications.

Umbelino, J. (2014). Os Valores do Território no Lazer e no Turismo. In Z. Costa, C. Brandão, F., Costa, R., Breda (Ed.), *Produtos e Competividade do Turismo na Lusofonia* (pp. 203–216). Lisboa: Escolar Editora.

UNWTO. (2008a). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. Studies in Methods, Series M No. <https://doi.org/10.1108/17427370810932141>

UNWTO. (2008b). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

Os objetivos estabelecidos para esta unidade curricular são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente, na identificação e compreensão das temáticas a abordar e no conhecimento das metodologias necessárias para fazer a ligação entre os conteúdos teóricos e a parte prática da unidade curricular.

Verifica-se também uma ligação entre o programa, os objetivos e a bibliografia recomendada para esta unidade curricular. Nesse sentido:

A matéria lecionada no capítulo I visa que o estudante adquira um domínio dos vários conceitos, evolução histórica, classificações, tipos de turismo e produtos turísticos;

A matéria lecionada no capítulo II visa fazer com que o estudante compreenda o sistema turístico, bem como as suas características e o seu funcionamento;

A matéria lecionada no capítulo III visa fazer com que o estudante compreenda a necessidade de avaliação do Turismo, bem como os métodos de investigação e as fontes estatísticas;

A matéria lecionada no capítulo IV visa fazer com que o estudante compreenda a oferta e a procura turísticas, bem como as respetivas estruturas, composição e características fundamentais.

A matéria lecionada no capítulo V visa fazer com que o estudante compreenda a realidade atual do Turismo em Portugal e nível mundial, bem como as oportunidades de negócio que representa para a economia nacional.

Métodos de Avaliação

A avaliação dos alunos deverá ser contínua e operacionalizada da seguinte forma:

- 60% - Teste final;
- 20% - Elaboração de um trabalho em grupos de 3 a 4 estudantes;
- 20% - Exercícios nas aulas.

Nota final é igual à média do teste (60%), exercícios realizados nas aulas (20%) e trabalho em grupo (20%).

Nota: o aluno deverá obter um mínimo de 8 valores no teste final.