

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas (Pós-Laboral)

Código: 16401

Área Científica Predominante: Gestão, Organização e Planeamento do Turismo

Docente: Vânia Natércia Gonçalves Costa

Idioma de Instrução: Português

Regime: S2

Carga Letiva: 60h Carga Trabalho: 108h

ECTS: 6,0

Objetivos

O objetivo principal desta unidade curricular enquadra-se no âmbito de uma abordagem ao produto em turismo. Ao longo das aulas serão abordados conceitos, características dos diferentes produtos turísticos, processo de produção, tendências e evolução no contexto nacional e internacional e, posteriormente será potenciada a capacidade de estruturar esses mesmos produtos e desenvolver estratégias para a valorização de produtos existentes e a conceção de novos produtos, em função dos benefícios identificados por forma a conferindo vantagens competitivas aos mercados atuais e aos mercados potenciais.

Neste contexto, pretende-se que no final das aulas os alunos possam distinguir recursos turísticos de produtos turísticos, compreendam a noção do produto turístico na conceção da oferta turística, conheçam e saibam utilizar as ferramentas e métodos de reposicionamento e/ou lançamento de novos produtos turísticos.

Resultados da Aprendizagem

Espera-se que o aluno alcance, no final do semestre, os seguintes resultados de aprendizagem:

- Adquirir um domínio dos vários conceitos de produto turístico, componentes, processo de produção, e caracterização dos tipos de turismo e produtos turísticos;
- Adquirir o conhecimento da “matéria-prima” do produto turístico, nomeadamente o território e os seus recursos e o património cultural;
- Conhecer as estratégias de desenvolvimento de acordo com as especificidades de cada produto turístico;
- Conhecer e distinguir os diferentes tipos de produtos turísticos;
- Identificar e valorizar os produtos endógenos de um território turístico;
- Compreender a evolução das tendências em termos de desenvolvimento do produto turístico;
- Compreender o produto turístico enquanto fator de desenvolvimento de destinos turísticos sustentáveis, em Portugal e a nível global.

Conteúdos Programáticos

1. Conceito, natureza e características de produto turístico

1.1. Conceito e componentes de produto turístico

1.2. Características de produto turístico

2. Planeamento, Desenvolvimento e Inovação de Produtos Turísticos

2.1. O processo de produção e desenvolvimento de produtos turísticos

2.2. Estruturas organizacionais e institucionais do turismo

2.2.1. Coordenação Nacional e Regional

2.2.2. Evolução dos planos de orientação estratégica do turismo em Portugal

2.2.3. Os recursos turísticos endógenos e os produtos turísticos no âmbito dos planos estratégicos de desenvolvimento turísticos em Portugal

2.3. Os produtos e os destinos turísticos

2.3.1. O enquadramento dos produtos nos destinos turísticos

2.3.2. Inovação de produtos e “honey pots” no âmbito do desenvolvimento de um destino (Estudos de Caso)

3. Tendências de Desenvolvimento de Produtos Turísticos

3.1. Evolução dos modelos em turismo

3.2. Modelos de produto: ciclo de Vida do Produto de Butler (1980);

3.3. Paradigma emergente: estudo do modelo “Produto-Espaço” de Costa (2001).

4. Desenvolvimento de produtos em turismo, por tipologia de turismo

4.1. O Produto Turístico e a Matéria-Prima

4.2. Caracterização, identificação dos elementos da oferta, análise de tendências de evolução dos produtos turísticos no contexto das tipologias de turismo

4.2.1. Turismo Costeiro

4.2.2. Turismo Cultural

4.2.3. Turismo de Aventura

4.2.4. Turismo de Negócios

4.2.5. Turismo de Saúde e Bem-estar

4.2.6. Turismo Desportivo

4.2.7. Ecoturismo e Turismo de Natureza

4.2.8. Turismo Gastronómico e Enoturismo

4.2.9. Turismo Náutico e de Cruzeiros

Bibliografia Recomendada

Buhalis, D. Costa, C. (2006). *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*, Elsevier.

Buhalis, D. Costa, C. (2006). *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry*, Elsevier.

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

Costa, C., Brandão, F., Costa, R., Breda, Z. (Eds.)(2014).*Produtos e competitividade do turismo na Lusofonia*.Bristol: Channel View.

Cunha, L. (2008). *Avaliação do potencial turístico*.Cogitur, *Journal of Tourism Studies*,1(1).

Ministério da Economia, Inovação e Desenvolvimento (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo. Propostas para Revisão no Horizonte 2015 - Versão 2.0*. Lisboa, Portugal: Ministério da Economia, Inovação e Desenvolvimento.Turismo de Portugal.

Santos, M., Ferreira, A. M., Costa, C. (2014). *Identificação dos recursos nucleares do destino como suporte para o desenvolvimento de produtos turísticos inovadores*.*Revista Turismo Desenvolvimento*,21(4), 315-330.

Smith, S. (1994). *The Tourism Product*.*Annals of Tourism Research*,Vol. 21, 3. pp. 582-595.

Turismo de Portugal (2006). *10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal (relatórios disponíveis emwww.turismodeportugal.pt)*.

Turismo de Portugal (2015).*Turismo 2020: Cinco princípios para uma ambição*.Turismo de Portugal.

Turismo de Portugal (2015). *Turismo 2020-Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*.Turismo de Portugal.

World Tourism Organization, European Travel Commission. (2011).*Handbook on tourism product development*.Madrid: OMT.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

Esta unidade curricular tem como principal objetivo dotar os alunos de conhecimentos técnicos teóricos e ferramentas fundamentais relacionadas com os diferentes produtos turísticos, nomeadamente os que possuem

maior expressividade em Portugal. Os objetivos estabelecidos para esta unidade curricular são coerentes com os seus conteúdos programáticos, nomeadamente, na identificação e compreensão das temáticas a abordar na disciplina 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 da disciplina, os objetivos e a bibliografia recomendada para esta unidade curricular. Nesse sentido:

-A matéria lecionada no capítulo I visa concretizar o objetivo de que o aluno adquira um domínio dos vários conceitos, desenvolvimento, processo de produção, e caracterização dos tipos de turismo e produtos turísticos;

-A matéria lecionada no capítulo II permite que o aluno compreenda o processo de produção e a sua “matéria-prima” nomeadamente o território, os seus recursos e o património cultural, bem como compreenda o processo de planeamento de produtos turísticos fundamentalmente no território português e compreenda o produto turístico como fator de desenvolvimento de destinos turísticos sustentáveis em Portugal e a nível global;

-A matéria lecionada no capítulo III visa fazer com que o aluno compreenda a evolução das tendências e modelos de desenvolvimento do produto turístico;

-A matéria lecionada no capítulo IV visa proporcionar conhecimento ao aluno de modo a que o mesmo possa identificar as características especiais associadas aos diferentes produtos, avalie as problemáticas e tendências de evolução e desafios associados aos produtos turísticos com maior expressão em Portugal e no Mundo.

Métodos de Avaliação

Metodologia de avaliação:

- Teste individual (40%)

- Trabalho prático (40%)

- Resolução de casos práticos e desafios ao longo do semestre (20%);