

TURISMO, MERCADOS E TENDÊNCIAS

Mestrado em Gestão do Turismo

Código: 21801

Área Científica Predominante: Hotelaria e Turismo

Docente: Francisco Joaquim Barbosa Gonçalves

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 30h Carga Trabalho: 138h

ECTS: 6,0

Objetivos

A unidade curricular de Turismo, Mercados e Tendências foi desenvolvida para fornecer aos mestrandos uma ampla compreensão do turismo, conhecimento e estudo das grandes tendências quantitativas e qualitativas sobre os mercados, algumas das tendências atuais, com relevância para a análise e evolução do setor do turismo (nacional e internacional), bem como a resposta conveniente que as ofertas turísticas devem proporcionar. Neste sentido, os principais objetivos da unidade curricular são os seguintes:

1. Dominar os conceitos do turismo, mercados e tendências;
2. Conhecer as novas tendências no sector do turismo internacional e nacionais;
3. Compreender os fenómenos de comportamento do consumidor e os novos paradigmas e desafios do setor do turismo;
4. Conhecer casos de sucesso no turismo em Portugal e em termos internacionais;
5. Desenvolver novos mercados e turismo de nichos;
6. Compreender a responsabilidade social e o seu enquadramento nas empresas do sector;
7. Investigar e desenvolver competências de análise de propostas concretas no contexto do estudo do turismo e mercados atendendo às tendências do turismo.

Resultados da Aprendizagem

No final da unidade curricular, os alunos deverão ser capazes de:

1. Dominar os conceitos do turismo, mercados e tendências;
2. Conhecer as novas tendências no sector do turismo internacional e nacionais;
3. Compreender os fenómenos de comportamento do consumidor e os novos paradigmas e desafios do setor do turismo;
4. Conhecer casos de sucesso no turismo em Portugal e em termos internacionais;

5. Desenvolver novos mercados e turismo de nichos;
6. Compreender a responsabilidade social e o seu enquadramento nas empresas do sector;
7. Investigar e desenvolver competências de análise de propostas concretas no contexto do estudo do turismo e mercados atendendo às tendências do turismo.

Conteúdos Programáticos

1. Introdução ao estudo do Turismo, Mercados e Tendências
2. Novas tendências no sector do turismo internacional e nacional e suas implicações
3. Análise de fenómenos de comportamento do consumidor e novos paradigmas e desafios do setor do turismo
4. Casos de sucesso no turismo em Portugal e em termos internacionais
5. Desenvolvimento de novos mercados e turismo de nichos
6. Responsabilidade social e o seu enquadramento nas empresas do sector
7. Aplicação das tendências do turismo no desenvolvimento de produtos e mercados

Bibliografia Recomendada

Buhalis, D. (2022). ETourism. In Encyclopedia of Tourism Management and Marketing. Edward Elgar Publishing.

Buhalis, D., Costa, C. (Eds.). (2006). Tourism management dynamics: trends, management and tools. Routledge.

Butler, R. (Ed.). (2006). The tourism area life cycle (Vol. 1). Channel view publications.

Costa, C. (1996). Towards the improvement of the efficiency and effectiveness of tourism planning and development at the regional level: planning, organisations and networks: The case of Portugal (Doctoral dissertation, University of Surrey).

Costa, C., Panyik, E., Buhalis, D. (Eds.). (2013). Trends in European tourism planning and organisation (Vol. 60). Channel View Publications.

Costa, C., Brandão, F., Costa, R., Breda, Z. (Eds.). (2014). Produtos e Competitividade do Turismo na Lusofonia. Vol. I. Escolar Editora.

Costa, C., Brandão, F., Costa, R. A., Breda, Z. (Eds.). (2014). Turismo nos países lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios. Escolar Editora.

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

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

Gonçalves, F. Costa, C. (2016). Galo de Barcelos: Património e destino turístico. Revista Turismo

Desenvolvimento, (25), 31-44.

Gonçalves, F. Costa, C. (2019). Modelo de Desenvolvimento e Implementação do Turismo Criativo: o caso do galo de Barcelos. *Revista Turismo Desenvolvimento*, (32), 25-36.

Gonçalves, F. Costa, C. (2019). O Contributo da Interpretação do Património Para o Desenvolvimento do Turismo Criativo. O Caso do Galo de Barcelos. *RPER*, (52), 115-130.

Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism, and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. John Wiley Sons.

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

Lopes, S. Devile, E. (2012). Um comportamento socialmente responsável no setor turístico: o caso da Associação Lousitânea. *Revista Turismo Desenvolvimento*, 2(17/18), 1195-1210.

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

OECD (2020), *OECD Tourism Trends and Policies 2020*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>.

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

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.

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

UNWTO. (2020). *European Union Tourism Trends*. Madrid: UNWTO.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

Os objetivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo estudante no final da unidade curricular. Os conteúdos programáticos fornecem aos alunos as competências necessárias para compreender a evolução do sector do turismo e dos mercados, bem como de algumas das novas tendências no setor do turismo. Deste modo, o capítulo 1 do programa visa trabalhar conteúdos para cumprir com sucesso o objetivo de aprendizagem 1; o capítulo 2 do programa contribuirá para a consecução do objetivo 2; o capítulo 3 do programa corresponde ao objetivo 3; o capítulo 4 do programa corresponde ao objetivo 4; o capítulo 5 do programa corresponde ao objetivo 5; o capítulo 6 do programa corresponde ao objetivo 6; e o capítulo 7 do programa corresponde ao objetivo 7.

Métodos de Avaliação

Metodologia de Avaliação Contínua (as componentes são todas obrigatórias):

90% para a realização de um trabalho de investigação com a seguinte ponderação:

- componente de avaliação 1 - individual - 40% (trabalho escrito);

- componente de avaliação 2 - grupo - 40% (trabalho escrito);

- componente de avaliação 3 – individual - 10% (apresentação e defesa dos trabalhos em contexto de aula).

10% para desafios, exercícios e outras atividades em contexto de aula (individual).

Metodologia de Avaliação em Época de Exames:

Exame teórico-prático individual - 100%