

FUNDAMENTOS DE TURISMO

Curso Técnico Superior Profissional em Organização e Gestão de Eventos

Curso Técnico Superior Profissional em Turismo Natureza e Aventura

Código: 344010

Área Científica Predominante: Turismo e marketing

Docente: André Rafael Rodrigues Ferreira

Idioma de Instrução: Português

Regime: S1

Carga Letiva: 60h Carga Trabalho: 108h

ECTS: 6,0

Objetivos

A unidade curricular de Fundamentos de Turismo constitui o primeiro contacto dos estudantes com conceitos, terminologias e métodos de investigação básicos em turismo, proporcionando uma perspetiva global introdutória de carácter 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 sistema turístico e respetivos impactos.

Resultados da Aprendizagem

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

- Adquirir domínio dos vários conceitos, classificações, tipos de turismo e produtos turísticos;
- Compreender o modo como se estrutura o sistema turístico e quais as suas dinâmicas;
- 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;
- Identificar fontes de informação relevantes no âmbito do turismo;
- Analisar o estado atual e a evolução do fenómeno turístico em Portugal e a nível mundial.

Conteúdos Programáticos

Capítulo I – Conceitos, Classificações e Tipos de Turismo

Conceitos Introdutórios;

Classificações do turismo;

Caracterização dos tipos de turismo e produtos turísticos.

Capítulo II – Elementos da Avaliação do Turismo

Necessidade de Avaliação, Métodos e Fontes Estatísticas;

Turismo em Portugal e Internacional: Turismo de Portugal, I.P., Entidades Regionais de Turismo em Portugal, Organização Mundial de Turismo e Regiões de Turismo no mundo;

Estratégia de Turismo 2027;

Indicadores da Procura e da Oferta;

Medidas de Avaliação.

Capítulo III – Turismo: evolução histórica e tendências atuais de desenvolvimento

Evolução histórica do Sistema do Turismo;

Evolução dos modelos na área do Turismo;

As Inter-relações do Turismo.

Capítulo IV – A Procura Turística

Noção e características da Procura Turística;

Determinantes fundamentais da Procura Turística;

Principais mercados Emissores.

Capítulo V – A Oferta Turística

Noção e características da Oferta Turística;

Componentes da Oferta Turística; Principais mercados concorrentes

Bibliografia Recomendada

Cavaco, C. (2013). Territórios de Turismo. Revista Turismo Desenvolvimento, 20, 51–67.

Costa, C. (1996). Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and

Development at the Regional Level: Planning, Organizations and Networks. The Case of Portugal. Surrey.

Costa, C. (2001). An Emerging Tourism Planning Paradigm? A Comparative Analysis Between Town and Tourism Planning. *International Journal Of Tourism Research*, 3(3), 425–441. <http://doi.org/10.1002/jtr.277>

Costa, C. (2006). Tourism Planning Development and the Territory. In C. Buhalis, Dimitrios Costa (Ed.), *Tourism management dynamics, Trends, Managements and Tools* (pp. 237–243). Oxford: Elsevier, Ltd.

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

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

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

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

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

Smith, S. L. J. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582–595.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

As metodologias de ensino estabelecidas para esta unidade curricular são coerentes com os seus objetivos, nomeadamente, na compreensão e identificação da evolução dos conceitos de guia em turismo, do seu papel no setor do turismo, assim como das alterações legislativas que regulamentam esta atividade turística.

A metodologia de aprendizagem permitirá criar dinâmica na participação coletiva dos estudantes (trabalhos em grupo) assim como na participação em trabalhos práticos nas aulas e em visitas de estudo, promovendo-se, deste modo, uma aprendizagem mais eficiente. Existe uma ligação entre os objetivos da disciplina e as metodologias de aprendizagem para os estudantes entenderem o fenómeno turístico.

Métodos de Avaliação

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

- 50% - Teste final;
- 35% - Elaboração de um trabalho em grupos de 3 a 4 estudantes;

- 15% - Participação nas aulas.

A participação dos alunos nas aulas é recomendada.

Nota final igual à média do teste (50%), participação nas aulas (15%) e trabalho em grupo (35%). Nota: o aluno deverá obter um mínimo de 8 valores no componente teste final.