

Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural

Mestrado, 2º Ciclo

Plano: Despacho nº 9786/2014 de 29/07/2014

Ficha da Unidade Curricular: Gestão de Produtos Turísticos

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:21.0; TP:24.0;

Ano|Semestre: 1|S1; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 36411

Área Científica: Turismo

Docente Responsável

Eunice Lopes

Professora Adjunta

Docente e horas de contacto

Vítor Pais

Assistente Convidado, T: 21; TP: 24;

Objetivos de Aprendizagem

Dotar os alunos de visão abrangente e aprofundada sobre os negócios turísticos, capacitando-os para realizarem uma adequada análise de recursos e avaliar o seu potencial - Desenvolver a criatividade na conceção de produtos turísticos – Dominar processos de Gestão de produtos - Conhecer os métodos e a função de gestão de produto Turísticos.

Conteúdos Programáticos

1. Recursos e Produtos Turísticos 2. Desenvolvimento de produtos Turísticos 3. Estratégia 4. Espaços Turísticos 5. Planeamento e gestão de destinos Turísticos 6. Gestão de produtos Turísticos 7. Promoção de produtos Turísticos.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

Definições, Influências e Determinantes do Produto Turístico

- 1.1. Recursos e produtos;
- 1.2. Diferença entre Recursos e produtos;
- 1.3. Os elementos do Produto;
- 1.4. O envolvimento;
- 1.5. O sistema Turístico;
- 1.6. A conceção de novos produtos;
- 1.7. A composição do produto Turístico;
- 1.8. Formas de criação de produto;
- 1.9. Plataformas de Turismo;
2. Desenvolvimento de Produtos Turísticos;
- 2.1.1. Fragmentação dos serviços do produto no destino;
- 2.1.2. Interdependência e complementaridade dos serviços do Turismo;
- 2.1.3. Planeamento baseado no orçamento da procura;
- 2.1.4. Intangibilidade das experiências e memórias;
- 2.1.5. Elasticidade do preço;

- 2.1.6. Sazonalidade;
- 2.1.7. Consumidor;
- 2.1.8. A importância dos intermediários;
- 2.2. Variáveis que influenciam o desenvolvimento do Produto Turístico;
- 2.2.1. Fatores económicos;
- 2.2.2. Fatores tecnológicos;
- 2.2.3. Fatores Políticos;
- 2.2.4. Fatores demográficos;
- 2.2.5. Globalização Vs Localização;
- 2.2.6. Consciência socio ambiental;
- 2.2.7. Autenticidade da Experiência;
- 2.2.8. Marketing;
- 2.2.9. Segurança nas viagens;
- 3. Estratégia dos Produtos Turísticos;
- 3.1.1. Planeamento estratégico;
- 3.1.2. Análise concorrencial;
- 3.1.3. Valor do domínio de atividade e posição concorrencial;
- 3.1.4. As estratégias de custos;
- 3.1.5. As estratégias de diferenciação;
- 3.1.6. As estratégias de nichos de mercado;
- 3.1.7. A segmentação estratégica;
- 3.1.8. Duas vias de desenvolvimento: especialização e diversificação;
- 3.1.9. As estratégias relacionadas;
- 4. Espaços Turísticos;
- 5. Planeamento e gestão de destinos Turísticos;
- 5.1.1. Recursos;
- 5.1.2. Oportunidade de mercado;
- 5.1.3. Fatores de produção e potenciais investimentos;
- 5.1.4. Políticas e sistemas;
- 5.1.5. As variáveis estratégicas no desenvolvimento do Produto Turístico;
- 6. Gestão de Produtos Turísticos;
- 6.1.1. Estudo de mercado;
- 6.1.2. Stakeholders;
- 6.1.3. Mercado;
- 6.1.4. Áreas de desenvolvimento do Produto Turístico (TDAs /PDAs);
- 6.1.5. Circuitos, Eventos e Clusters;
- 6.1.6. Análise PESTA;
- 6.1.7. Análise SWOT;
- 7. Promoção de Produtos Turísticos;
- 7.1.1. Especificidade do “produto turístico” e do seu consumo;
- 7.1.2. Estratégias de posicionamento;
- 7.1.3. Avaliação dos segmentos;
- 7.1.4. O mercado “B2B”
- 7.1.5. Segmentação, Targeting e posicionamento;
- 7.1.6. Planeamento e lançamento de produtos inovadores;
- 7.1.7. A importância da inovação;
- 7.2. Tendências da promoção e comunicação de marketing
- 7.2.1. A comunicação através das novas realidades tecnológicas;
- 7.2.2. Canais de comunicação interativa e E-comunicação.

- 7.2.3. O Orçamento;
- 7.2.4. Plano de ação;
- 7.2.5. O Controle;

Metodologias de avaliação

Realização de um trabalho individual de aplicação (80%) apresentação oral do trabalho (20%) Opcional: Exame final escrito, com consulta de elementos escritos.

Software utilizado em aula

Estágio

Não aplicável

Bibliografia recomendada

- Boullón, R. (2002). *Planejamento do Espaço Turístico*, (Vol. ---). (pp. ----). São Paulo: EDUSC
- Gunn, C. (1994). *Tourism Planning: basics, concepts, cases.*, (Vol. --). (pp. -----). Londres: Taylor & Francis
- Hall, C. (2005). *Tourism: rethinking the Social Science of Mobility*, (Vol. --). (pp. -----). Harlow: Pearson Education

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Através do contato com as temáticas abordadas em ambiente letivos os mestrandos de GPT terão a possibilidade de assimilar competências que serão complementadas com a análise de casos práticos com vista ao enquadramento dos conceitos teóricos com a realidade empresarial.

Metodologias de ensino

Presencial:

Aulas teóricas e teórico-práticas. Sessões com exposição teórica complementadas com enquadramentos com casos de estudo. Os mestrandos serão convidados a apresentarem um análise crítico construtiva acompanhada de soluções alternativas para os problemas identificados. Realização de um trabalho individual de aplicação acompanhado com tutoria.

Autónoma:

Análise de informações complementares que permitam uma melhor análise dos casos expostos em ambiente letivo complementando com enquadramento reais e atuais.
Aplicação de conhecimentos teóricos e práticos; pesquisas e recolha de informação relevante relacionada com a unidade curricular; desenvolvimento da capacidade crítica e autónoma.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

As soluções apresentadas pelos mestrandos são potenciadoras de mais-valias que poderão resultar num resultado favorável em termos de gestão de Produtos Turísticos para as empresas. Simultaneamente estes desafios estimulam o interesse dos mestrandos em colaborar ativamente na busca constante de soluções.

Língua de ensino

Português / Inglês

Pré requisitos

Não aplicável

Programas Opcionais recomendados


Não aplicável

Observações

Docente Responsável



Diretor de Curso, Comissão de Curso

 (Eunice F. Lopes)

Conselho Técnico-Científico



Homologado pelo C.T.C.
Acta n.º 82 Data 12/02/16
