



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR  
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

<b>CURSO</b>	<b>Curso de Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural 2º Ciclo</b>	<b>ANO LECTIVO</b>	2014/2015
--------------	------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------	-----------

**FICHA DA UNIDADE CURRICULAR**

<b>Unidade Curricular</b>	Estudos de Viabilidade de Empreendimentos Turísticos	<b>Código</b>	36416
<b>Área Científica</b>	Turismo		
<b>Tipo</b>	Obrigatória	<b>Ano / Semestre</b>	1º/2º

<b>Créditos ECTS</b>	<b>Horas Totais de Trabalho</b>	<b>Horas de Contacto (HC)</b>						
		T	TP	PL	P	OT	E	Outra
6	162.0	30.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

<b>Docentes</b>		<b>Categoria</b>	<b>Nº de HC</b>
<b>Responsável</b>	- Éricka Maria Costa de Amorim	- Professor Adjunto Convidado	
<b>Teóricas</b>	- Éricka Maria Costa de Amorim	- Professor Adjunto Convidado	30
<b>Teórico-Práticas</b>	- Dina Maria Barreira Ramos	- Professor Adjunto Convidado	15
<b>Prática Laboratorial</b>			
<b>Prática</b>			
<b>Orientação Tutorial</b>			

Handwritten initials in a circle and a signature.

### **Objectivos de Aprendizagem**

No final do curso os alunos devem ser capazes de: - Resolver as questões para desenvolver um projeto de empreendimento turístico; - Conhecer os processos a seguir e que informações a recolher para planear um empreendimento turístico; Saber estruturar e comunicar um plano de negócios com viabilidade.

### **Conteúdos Programáticos (resumido)**

1-Da ideia ao negócio 2-Do negócio ao plano de negócios 3-Estratégia empresarial 4-Conceção dos produtos/serviços 5-Análise e diagnóstico estratégico 6-Mercados e posicionamento 7-Elaboração do plano de investimentos 8-Plano de Operações 9-Estudo económico-financeiro 10- Elaboração e comunicação do plano de negócios

### **Conteúdos Programáticos (detalhado)**

1-Da ideia ao negócio 2-Do negócio ao plano de negócios 3-Estratégia empresarial 4-Conceção dos produtos/serviços 5-Análise e diagnóstico estratégico 6-Mercados e posicionamento 7-Elaboração do plano de investimentos 8-Plano de Operações 9-Estudo económico-financeiro 10- Elaboração e comunicação do plano de negócios

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos**

Os conteúdos programáticos são desenvolvidos com a finalidade de auxiliar a assimilação de conhecimentos de forma gradual e o desenvolvimento das capacidades cognitivas dos discentes para atingirem os objetivos propostos.

### **Metodologias de ensino**

O processo pedagógico articula-se na simulação da tarefa de criação de um empreendimento turístico real. O estudante coloca-se no papel do empreendedor responsável pela conceção e criação do empreendimento.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objectivos**

A transmissão de conhecimentos através da metodologia exposta vai dotar os alunos de competências específicas no que diz respeito à aquisição de informações, ao desenvolvimento de capacidades e estratégias cognitivas e à sua aplicação a situações novas (simulação em contexto prático).

### **Metodologias de avaliação**

Realização de um trabalho de aplicação (75%) Apresentação oral do trabalho (25%)

**Pré requisitos**

Não aplicável

**Bibliografia principal (máx 4 ref.)**

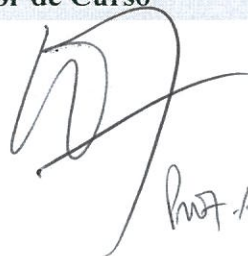
Barros, H. (2005) Análise de Projetos de Investimento. Lisboa: Edições Silabo  
Osterwalder, A. et al (2011) Criar Modelos de Negócio. Lisboa: Dom Quixote

**Docente**



Barros

**Diretor de Curso**



Prof. Admitz

3

Homologado pelo C.T.C.

Acta n.º 71 Data 20/7/15

