



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR  
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Mestrado em Desenvolvimento de Produtos  
de Turismo Cultural

ANO LECTIVO

2010/2011

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

*Património Natural, Conservação e Ecoturismo*

Área de Competência

Unidades Curriculares Aplicadas a Produtos Turísticos:

Classificação curricular

Optativa

Ano / Semestre

1º Ano/2º Sem

Créditos  
ECTS

Tempo de Trabalho

Total

Contacto

6

50

DOCENTE INTERNO

CATEGORIA

Formador

Luis Filipe Neves Carreira dos Santos

Professor Adjunto

DOCENTE/FORMADOR EXTERNO

CATEGORIA

Coordenador Interno

Formador Externo

OBJECTIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

**Objectivo Central:**

Formação de técnicos e quadros superiores complementar na área do guionamento turístico, numa perspectiva integrada do turismo cultural, de natureza e em espaço rural. Conceptualizar o turismo de natureza ou ecoturismo no quadro de onde emergem as ciências do turismo.

**Objectivos específicos:**

1. Actualizar científica e tecnicamente os conhecimentos dos mestrandos, em função da emergência internacional de um novo paradigma do turismo, o turismo ambiental, nas suas componentes integradas de turismo cultural, turismo de natureza e turismo em espaço rural.

2. Proporcionar aos destinatários um complemento de formação profissional polivalente e de qualidade nos domínios do programa, aos níveis da formação e prática profissional, conducentes à criação de novos perfis profissionais requeridos pela organização, gestão, planeamento, guionamento e promoção do turismo cultural, de natureza e em espaço rural.

3. Contribuir para aumentar o peso específico da sua acção junto da administração pública, nas empresas e ou no mercado em geral: nas autarquias, outras instituições públicas, empresas privadas, nomeadamente da hotelaria, animação e outros segmentos que constituem a cadeia de valor da economia do turismo. E neste âmbito, contribuir para qualificar os seus serviços, projectos e programas turísticos.

4. Apoiar a valorização dos recursos patrimoniais e naturais da região, e a sua transformação em produtos turísticos, particular da bio e geodiversidade e da etnografia.

#### **PROGRAMA PREVISTO PARA A UNIDADE CURRICULAR**

**Aula 0 / 02-07-2011. IPT** – Introdução geral a conceitos básicos do módulo:

1- Áreas protegidas em Portugal continental:

- Áreas de interesse nacional
- Áreas de interesse regional
- Áreas privadas

2- Tipologias de turismo nas vertentes natureza e ou ecológico

- Ecoturismo
- Turismo responsável
- Turismo de natureza
- Green tourism
- Turismo aventura
- Turismo desportivo
- Turismo cultural
- Turismo rural
- Turismo agrícola

**Aula 1 / 07-07-2011. – Avaliação ambiental, legislação e funcionamento**

**Aula 2 / 08-07-2011: Saída** – Visita ao Paul do Boquilobo (Reserva Natural) e Baptismo a cavalo seguido de passeio de charrete (Turismo equestre).

**Aula 3 / 16-07-2011: Turismo em áreas protegidas**

- 1- Planeamento e nichos de mercado;
- 2- Potenciais benefícios do turismo em áreas protegidas;
- 3- Riscos do turismo em áreas protegidas;
- 4- Desenvolvimento de infraestruturas e serviços;
- 5- Desenvolvimento e implementação de projectos;
- 6- Ferramentas para gestão de visitantes
  - Estratégia e táticas
  - Zonamento em áreas protegidas
  - Política de transportes
  - Regulamentos de visitantes
  - Informação e interpretação

**Aula 4 / 21-07-2011: Recursos humanos para o turismo em áreas protegidas**

- 1 Recursos humanos
- 2 Desenvolvimento de recursos humanos
- 3 Avaliação da performance
- 4 Questionários aula prática.

**Aula 5 / 22-07-2011: Monitorização de áreas protegidas**



- 1- Sistemas de Informação geográfica
- 2- Desenvolvimento de um programa de monitorização
- 3- SIG aula prática.

#### **Aula 6 / 30-07-2011: Turismo em áreas protegidas**

- 1- Planeamento e nichos de mercado;
- 2- Potenciais benefícios do turismo em áreas protegidas;
- 3- Riscos do turismo em áreas protegidas;
- 4- Desenvolvimento de infraestruturas e serviços;
- 5- Desenvolvimento e implementação de projectos;
- 6- Ferramentas para gestão de visitantes
  - Estratégia e táticas
  - Zonamento em áreas protegidas
  - Política de transportes
  - Regulamentos de visitantes
  - Informação e interpretação
- 7- Economia de turismo em áreas protegidas
  - O valor económico do turismo
  - Medir os impactes económicos do turismo
  - Comunicação de impactes económicos
  - Oportunidades de angariação de fundos para gestores de áreas protegidas
  - Relação público-privada
  - Contribuições empresariais
  - Contribuições dos visitantes

#### **Aula 7 / 01-09-2011: Apresentação de trabalhos / Avaliação**

#### **Aula 8 / 02-09-2011: Apresentação de trabalhos / Avaliação**

### **BIBLIOGRAFIA**

## BIBLIOGRAFIA ESSENCIAL: ECONOMIA, TURISMO CULTURAL E DE NATUREZA

Adams, G. D. "Cultural Tourism: The Arrival of the Intelligent Traveller." *Museum News*, Nov.- Dec. 1995,32-37.

Aitchinson, C., Macleod, E., Shaw, S. (2000), *Leisure and Tourism Landscapes. Social and Cultural Geographies*, Londres, Routledge.

American Association of Art Museum Directors. *Statistical Survey of the American Association of Art Museum Directors*. New York: American Association of Art Museums Directors, 1997.

Anderson , M. L. "CyberMuse: Perils and Plesures of the Virtual Museum." *Museum News*, Nov.-Dec. 1994, p. 37.

Anderson, P., and Roe, B. C. *The Museum Imapact and Evaluation Study*. 3 vols. Chicago: Museum of Science & Industry, 1993.

Avocat, Charles. Plusieurs Auteurs. *Lire le Paysage. Lire Les paysages. Acte du colloque des 24 et 25 novembre 1983*. Université de Saint-Étienne, CIEREC.1996.

Bello, M. *A world of Discovery: An Exploration of Behind –the-Scenes Research in the Arts, Sciences and Humanities*. Washington, D.C.: Smithsonian Institutions Press, 1993.

Bickford, A., Pekarik, A. J., Doering, Z. D., Yalowitz S. S., *Ocean views: A Study of Visitors to the Ocean Planet Exhibition at the National Museum of Natural History*. Report No. 96-5. Washington, D. C.: Institucional Studies Office, Smithsonian Institution, 1996.

Bissel, C. *Marketing Promotions Guide*. Chicago: League of Chicago Theaters, 1985.

Bryce, H. *Financial and Strategic Managment for Nonprofit Organazitions*. (2nd ed.) Upper Saddle River, N. J.: prentice Hall, 1992.

Caraça, Bento de Jesus, *Conceitos Fundamentais da Matemática*. Lisboa, Gradiva, 2003

Cooper, C., Flecher, J., Gilbert, D., Sheperd, R . e Wanhill, S. (1998), *Tourism: Principles and Practice*, Londres, Longman.

Costa, C. M. M.(2003) (coord.), *Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente Turismo*, Lisboa, Secretaria de Estado do Turismo/Universidade de Aveiro

Costa, C. M. M. (2001), «An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning», in *The International Journal of Topurism Research*, vol. 3, nº 6, pp. 425-441.

Costa, Carlos, *Turismo e Cultura. Avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-220)*, in *Separata da Análise Social*, nº175, 2005 e,

Costa, C. M. M. (1996), *Towards the Improvment of the Efficiency and Effectivness of Tourism Planning and Development at Regional Level: Planning, Organizations and Networks*, The case of Portugal, Inglaterra, Universidade de Surrey, tese de doutoramento.

Csikszentmihalyi, M. "Notes on Art Museum Experiences." In A. Walsh (ed.),



Insights: Museums, Visitors, Attitudes, Expectations: A Focus Group Experiment. Santa Monica, Calif.: Getty Center for Education in the Arts and J. Paul Getty Museum, 1991.

Cuvillier, P. (1998), *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. An approche socio-economique*, Paris, L'Harmattan.

Davies, S. *By Popular Demand: A Strategic Analysis of the Market potential for Museums and Art Galleries in the UK*. London: Museums & Galleries Commission, 1994.

De Kadt, E. (1979), *Tourism: Passport to Development?*, Oxford, Oxford University Press.

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol. III*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1993

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol. IV-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1994

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol. IV-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1994

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol. V-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1995

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol. V-II*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1995

Doering, Z. D. *Who Attends Our Cultural Institutions: A progress Report Based on the Smithsonian Institution Marketing Study*. Research Note 95-5. Washington, D. C.: Office of Institutional Studies, Smithsonian Institution, 1995.

Featherstone, M (1998), *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage (ed. rev.).

Feldstein, M. (ed.). *The Economics of Art Museum*. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

Ferreira, Ana e Carlos Costa, Carlos, «Novos turistas no centro histórico de Faro», in *Separata da Análise Social*, nº180, 2006

Finn, M., Elliot-White, M. e Walton, M. (2000), *Tourism and Leisure Research Methods. Data Collection, Analyses and Interpretation*, Harlow, Pearson Education.

Flanagan, J. *Successful Fundraising: A Complete Handbook for Volunteers and Professionals*. Chicago: Contemporary Books, 1991.

Gil, Fernando Bragança Gil. *Algumas Reflexões Sobre Instituições Museais Científicas, Contributo Para O Debate Nacional Sobre Educação*, Visionarium\_Vila da Feira, mc<sup>2</sup>p, 2007

Gray, S. "Americans' Gifts Top \$ 150 Billion." *Chronicle of Philanthropy*, June 12, 1997, pp. 39-42.

Gumpert, D. E. "How to Really Create a Successful Marketing Plan." *Inc.*, 1994, pp. 39-42.

Gunn, C. A., *Tourism Planning*, Nova Iorque, taylor and francis, 3.ª ed.

Gurian, E. H. "Noodling Around with Exhibition Opportunities." In Karp and S. D. Lavine (eds.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Washington, D. C.:

Smithsonian Institution Press, 1991.

Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated Sustainable Development Approach*. Nova Iorque, Van Nostrand Reinhold.

Jackson, R, and Wang, P. *Strategic Database Marketing*. Lincolnwood, Ill.: NTC, 1994.

Kotler, P. "Atmospheric as a Marketing Tool." *Journal of Retailing*, Winter 1973-1974, pp. 48-64.

Kotler, P. *Marketing for Nonprofit Organizations*. (2nd ed.), Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1982.

Kotler, P. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. (8th ed.) Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1994.

Kotler, P. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. (9th ed.) Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1997.

Kotler, P. and Andreasen, A. R. *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. (4th ed.), Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1991.

Morand, Jean Cloud. Mollard, Brice. – *Tourisme 2.0*. Paris: M 21 Éditions, 1998

Proença, Raúl - *Guia de Portugal, vol.I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1991

Proença, Raúl - *Guia de Portugal, vol.II*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1991

Vieira, João Martins. *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo. Uma perspectiva estratégica*. Verbo, 2007.

## WEBGRAFIA

## Fontes, INTERNET

Albuquerque, Maria Luís, Godinho, Célia, (2001) *Turismo, Diagnóstico Prospectivo*, GEPE, [www.gee.min-economia.pt](http://www.gee.min-economia.pt)

*Encuesta de Gastos Turísticos (EGATUR)*, 2004, Instituto de Estudios Turísticos, [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

### INDUSTRY, TRADE AND SERVICES

[http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?\\_pageid=1090,30070682,1090\\_33076576&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL)

*Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR)*, 2004,2005,2006, Instituto de Estudios Turísticos, [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

Informação Estatística, [www.ine.pt](http://www.ine.pt)

Información Estadística, [www.ine.es](http://www.ine.es)

[www.lac.pt](http://www.lac.pt)

[www.terrasico.lac.pt](http://www.terrasico.lac.pt)

[www.valecoadouro.lac.pt](http://www.valecoadouro.lac.pt)

<http://www.stiagodaguarda.com/> [www.mc2p.org](http://www.mc2p.org)

## CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Registo de elementos pertinentes sobre a participação no trabalho de pesquisa e investigação aplicadas e nos seminários incorporado nos módulos
Avaliação Periódica	
Avaliação Final	Trabalho de Projecto

## OBSERVAÇÕES

Restante bibliografia será cedida no âmbito das aulas para o desenvolvimento de trabalhos teórico-práticos.

