



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	MESTRADO EM Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural	ANO LECTIVO	2009/2010
--------------	--	--------------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Gastronomia e Vinhos		
Área Científica			
Classificação Curricular	Optativa	Ano / Semestre	1º/2º

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
6	45	45	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	António dos Santos Queirós	Professor Convidado
Teóricas		
Teórico-Práticas		
Práticas		
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

Conhecer a evolução histórica e funcional dos conceitos de gastronomia e enologia, no contexto da sua integração na actividade turística e do emergir de um novo paradigma do turismo, o turismo cultural e de natureza (e, em particular, da sua economia).

Analisar a evolução tipológica das unidades de oferta e promoção dos produtos associados à gastronomia e enologia, incluindo, além das cadeias de valor tradicionais, as caves e quintas, os museus e centros de interpretação, etc... Reconhecer criticamente as principais disfunções dessas unidades face à actividade turística.

Identificar as estruturas orgânicas do turismo de gastronomia e enologia, analisar criticamente as suas rotas e circuitos e o seu papel na criação e desenvolvimento das cadeias de valor da economia do turismo.

Estudar o marketing específico dos produtos de turismo de gastronomia e enologia.

Investigar e pesquisar a literatura académica sobre gastronomia e enologia, desenvolver o e:learning.

Conhecer virtualmente e através da visita de estudo, algumas dessas unidades orgânicas, de referência internacional, na Europa, na Península Ibérica e em Portugal.

1ª aula: 10.09.2010

Módulo 0: Turismo, Gastronomia e Enologia

1. Os conceitos de turismo, gastronomia e Enologia origem, evolução e definições actuais.
2. Organizações nacionais e internacionais: OMT, OIV, Académie Internationale de la Gastronomie, ...
3. Panorâmica da gastronomia e enologia ibérica e internacional. Um novo tratado de Tordesilhas: Robert Parker e Michel Rolland
4. Estratégias de marketing. Concours Mondial de Bruxelles...

2ª aula 17.9.2010

Módulo 1. Destino turístico e o papel da gastronomia e enologia

1. Conceitos fundamentais de destino turístico, no quadro conceptual do turismo cultural, de natureza e em espaço rural.
2. O conceito de terroir. A paisagem cultural: ecologia e metafísica da paisagem. "Mondovino"
3. O papel do chef e dos enólogos.

3ª aula: 24.09.2010

Módulo 2: Oficina de produtos I

Observação e manuseamento

Estudo comparado

Bibliografia

4ª aula: 01.10.2010

Módulo 3: Corpus Científico dos Estudos de Turismo. E o Novo Paradigma do Turismo
Oficina de ideias. Debate livre

5ª aula: 08.10.2010

Módulo 4: Matriz europeia de gastronomia e enologia: origem e tradições

1. A gastronomia de Apícus.
2. Baco e Deméter.
3. Gastronomia conventual.
4. A dieta mediterrânica: tradição e modernidade. Património da humanidade.
5. Produtos locais e regionais. Certificação e denominação de origem.

6ª aula: 15.10.2010

Módulo 5: Gastronomia e enologia, educação e formação

Formação académica, técnica e profissional. Estruturas internacionais. Estudos de caso: escolas de hotelaria e turismo, Basque Culinary Center...
E-learning.

7ª aula: 22.10.2010

Módulo 6: Rota e circuitos de gastronomia e vinhos

1. Rotas e circuitos. Conceptualização e organização, Museus, adegas, quintas, armazéns, feiras e certames, tabernas & Cia.

2. O I Congresso Europeu de Turismo e Gastronomia: problemas actuais, propostas e desafios.
3. Inventário e avaliação crítica das rotas nacionais e internacionais.
4. Sustentabilidade, produtividade e competitividade das rotas e circuitos.
5. Estratégias de Marketing.

8ª aula: 29.10.2010.

Módulo 7: Qualidade e segurança alimentar na Europa e em Portugal

1. Instituições e regulamentos.
2. Produtos tradicionais e modernidade. Alimentação funcional. Cozinha ecológica. Vinho biológico e cozinha de fusão. Estudos de caso.

Módulo 8: Marketing da gastronomia e enologia

1. Marketing e comunicação.
2. Benchmarking.

9ª aula: 05.11.2010

Módulo 9: Comunicação sobre desenvolvimento sustentável. Seminário com o Engº António Santos Veloso, quadro superior da CCDRC, ex-presidente do Fundo de Fomento da Habitação, fundador e dirigente do Instituto para o Desenvolvimento Agrário da Região Centro, professor, coordenador de projecto e formador.

10ª aula: 12.11.2010

Módulo 10: Corpus Científico dos Estudos de Turismo. E o Novo Paradigma do Turismo II Oficina de ideias. Debate livre

11ª aula: 19.11.2010

Módulo 11: Trabalho de projecto: metodologia do Trabalho Científico aplicada aos trabalhos de investigação dos mestrandos.

12ª aula 26.11.2010

Módulo 12: Seminário com o chef Luís Lavrador, professor da Escola de Hotelaria e Turismo de Coimbra e chef da Selecção Nacional de Futebol

13ª aula 03.12.2010

Módulo 13: Avaliação

Elaboração do trabalho, avaliação e debate.

BIBLIOGRAFIA ESSENCIAL

Academia Espanhola de Gastronomia, *Guía Campsa de los mejores vinos de España*, Repsol, Barcelona, 2000.

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

Aguiar, Fernando Bianchi e Outro, *Rotas dos Vinhos do Douro*, Fundación Rei Afonso Henriques, Zamora, 2001.

Airey, David e Tribe, John, *Educação Internacional em Turismo*, Editora Senac, S. Paulo, 2008.

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

Apicius, *O Livro de Cozinha de Apício, um breviário do gosto imperial romano*, Introdução, tradução e comentários de Castro, Inês de Ornellas, Colares Editora, Colares.

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.

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

Carvalho, Agostinho. (Coordenador) *Maçãs Tradicionais de Eleição*, Agro-Manual Publicações, 2009.

Clark, Oz, *Atlas du vin du Monde*, Gallimard, 2003.

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

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

Costa, C. M. M., *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, 2001.

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

Costa, C. M. M., *Towards the Improvement 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, 1996.

Cunha, Licínio. *Economia e Política do Turismo*. Verbo, Lisboa, 2006.

Cunha, Lúcio, Alarcão, Adília, Queirós, António dos Santos, e outros, *Roteiro - O Oppidum de Conimbriga e as Terras de Sicó*, Conimbriga, 1996.

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

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

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.

Eucarpia, Genetic Resources Section, *International Symposium on Conservation of Genetic*

- Resources of Aromatic and Medicinal Plants*, Estação Agronómica Nacional, Oeiras, 1984.
- Featherstone, M., *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage (ed. rev.), 1998.
- Ferreira, Ana e Carlos Costa, *Novos turistas no centro histórico de Faro*, in *Separata da Análise Social*, nº180, Lisboa, 2006.
- Finn, M., Elliot-White, M. e Walton, M., *Tourism and Leisure Research Methods, Data Collection, Analyses and Interpretation*, Harlow, Pearson Education, 2000.
- Flanagan, J. *Successful Fundraising: A Complete Handbook for Volunteers and Professionals*, Chicago, Contemporary Books, 1991.
- Foley, Pamela e Fitzimon, Cecilia, *Plantas Comestíveis*, Plátano Editora, Lisboa, 1998.
- Freitas, J. Duarte,(Coordenador), *A Terra, O Homem, o Pão*, Actas, Confraria do Pão, 2002.
- Gautier, Jean-François, *Histoire du Vin, «Que sais-je ?»*, nº2676, PUF, 1996.
- Galopim de Carvalho, A.M., *O Cheiro da Madeira*, Lisboa, Editora Âncora, 2002.
- Galopim de Carvalho, A.M., ... *Com Poejos*, Lisboa, Editora Âncora, 2002.
- Gil, Fernando Bragança. *Algumas Reflexões Sobre Instituições Museus Científicas, Contributo Para O Debate Nacional Sobre Educação*, Visionarium - Vila da Feira, mc2p, 2007.
- Guia Oficial 2003, *Turismo no Espaço Rural*, Direcção Geral do Turismo, 2003.
- 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.
- Inskip, E.. *Tourism Planning: An Integrated Sustainable Development Approach*. Nova Iorque, Van Nostrand Reinhold, 1991.
- Jackson, R, and Wang, P., *Strategic Database Marketing*. Lincolnwood, Ill.: NTC, 1994.
- Johnson, Hugh, *Une histoire mondiale du Vin*, Hachette, 1990.
- 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.
- Kotler, P. and Andreasen, A. R., *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. (5th ed.), Upper Saddle River, N. J., Prentice Hall, 1996.
- Lima dos Santos, Maria de Lurdes, Soares Neves, José, Telmo Gomes, Rui, Henriques da Silva, Raquel e outros. *Inquérito aos Museus de Portugal*, IPM, Lisboa. 2000.
- Lima dos Santos, Maria de Lurdes, Bairrão Oleiro, Manuel, Alves dos Santos, Jorge, Saldanha Nunes, Joana e outros, *O Panorama Museológico em Portugal*, IPM, Lisboa, 2005.

Lopes, Ernâni Rodrigues, *A Constelação do Turismo na Economia Portuguesa*, Lisboa, Edição do Jornal Sol, 2010.

Martins, João Paulo, *Vinhos de Portugal 1998*, Lisboa, Publicações D. Quixote, 1998.

Phillips, E. Vieira, *O livro do Chá, a história, o ritual e a prática*, Colares Editora, Colares.

Pivot, Bernard. *Dicionário Sentimental do Vinho*, Edições Plon, 2006, Cruz Quebrada, Casa das Letras, 2007. Págs. 27, 105, 119, 187, 215, 227, 262.

Proença da Cunha, A., *1º Encontro Internacional das Plantas Aromáticas e Medicinais Mediterrânicas*, Actas, Ansião, 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.

Queirós, António dos Santos, Berliner, Ana, Vasco Rodrigues, Adriano, Ribeiro, Maria Luísa e outros, *Roteiro: Património Natural e Cultural do Vale do Côa e Além Douro*, bilingue, Português-Espanhol, Conimbriga, 2003.

Queirós, António dos Santos e outros, *Natureza e Ambiente. Representações na Cultura Portuguesa*, Coordenação de Beckert, Cristina. Introdução de Soromenho-Marques, Viriato, Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2001.

Queirós, António dos Santos. *A Ética da Terra e a ultrapassagem de um modelo de "ecologia profunda". Paradigma de um novo Humanismo*. Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2003.

Queiroz, Isabel, *Grandes cafés, Grandes Momentos*, Delta Cafés, Campo Maior, 1997.

Raposo, F. Hipólito, *Pequeno Roteiro Gastronómico de Portugal*, Verbo, Lisboa.

Raízes d'Ansião, Publicentro – Imagem e Comunicação, Ansião, 2005

Revista Turismo e Desenvolvimento, nºs 13 e 14/2010, vol. 2, pp. 663, 739, 761, ICTs and Distribution Channels, 2010.

Revista Turismo e Desenvolvimento, nºs 13 e 14/2010, vol. 3, pp. 963, 965, 967, 981, ICTs and Distribution Channels, 2010.

Ribéreau-Gayon, Pascal, *Atlas Hachette des vins de France*, 1955.

S. Bento, *Regra de S. Bento*, Mosteiro de Singeverga, Edições "Ora e Labora", 1992

Saramago, A., Fialho, Manuel, *Doçaria dos Conventos de Portugal*, Assírio & Alvim, Lisboa, 1997.

Umbelino, Jorge, *Inftur, 1965/2006*, Editor Inftur, 2006.

Vários. *Proteste, Guia de Vinhos*. Lisboa, 2004-2010.

Vários, TERN – *Turismo em Espaços Rurais e Naturais*, pp. 65, 83, 189 e 203, Edições IPC, 2003.

Vários, *El Arte de Comer en Roma, alimentos de hombres, manjares de dioses*, Fundacion de Estudios Romanos, Mérida, 2004.

Vários, *Philosophical Issues in Tourism*, Edited by John Tribe, Channel View Publications, USA, 2009.

Vários, *A Terra, o Homem, o Pão*, Actas do I Congresso Português de Cultura Mediterrânica, Confraria do Pão, Terena, 2002.

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

WEBGRAFIA E FILMOGRAFIA

Fontes, INTERNET

Albuquerque, Maria Luís, Godinho, Célia, 2001 *Turismo, Diagnóstico Prospectivo*, GEPE, www.gee.min-economia.pt

Encuesta de Gastos Turísticos (EGATUR), 2004, Instituto de Estudios Turísticos, 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

www.bculinary.com

www.concoursmondial.com

www.educatur.com

www.erobertparker.com/info/WineAdvocate.asp

www.escolas.turismodeportugal.pt

www.everything.com/Old-World-France/#axzz0vLstiXBG

www.intergastronom.net

www.lusowine.com

www.oiv.orghttp

www.terroirs-france.com

www.wineatlas.net

www.winespectator.com

www.worldskills.com

Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), 2004, 2005, 2006, Instituto de Estudios Turísticos, www.iet.tourspain.es

Informação Estatística, www.ine.pt

Información Estadística, www.ine.es

Filme: Mondovino

Director: [Jonathan Nossiter](#) **Writer:** [Jonathan Nossiter](#) **Release Date:** 3 November 2004 (Belgium) **Genre:** Documentary

Filme: Os Campos de Deméter, as estações do ano na paisagem cultural europeia, projecto ECL, Our Common European Cultural Landscape Heritage. Coordenado pela Universidade de Bergen. 2007

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Participação nos seminários e trabalhos práticos
Avaliação Periódica	Elaboração e apresentação de um Projecto de Trabalho à Turma; reformulação após recensão crítica. Contribuição para a pesquisa pertinente e certificada de recursos na Internet. E-learning.
Avaliação Final	Análise e classificação do Projecto Final

Avaliação na disciplina do

Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural

Gastronomia e Enologia

Numa lógica prospectiva: os trabalhos das disciplinas como instrumentos de apoio quer à elaboração da tese quer a aplicabilidade social do trabalho de investigação (empregabilidade, empreendedorismo, actividade profissional...), ou de reflexão sobre a escolha do caminho e dos conteúdos da própria dissertação.

De qualquer modo, sempre como um pequeno trabalho, na proporção das horas e dos conteúdos da disciplina.

2. Neste contexto, a minha proposta, de escolha múltipla e de geometria variável:

2.1. Uma recensão crítica dos documentos de apoio, sobre as Novas Tendências e o Novo Paradigma do Turismo, incidindo sobre a Gastronomia e Enologia.

2.2. Uma auto reflexão sobre a ideia ou projecto de dissertação, à luz dos conceitos expressos em 2.1.

2.3. Uma avaliação diagnóstica do “estado da arte” da Gastronomia e Enologia, ao nível local, concelhio, regional...

2.4. O desenho/esboço de uma Rota e/ou Circuito (ver Anexo) de Gastronomia e Enologia.

2.5. A exposição de uma ideia de projecto, em Turismo Ambiental/Gastronomia e Enologia, numa lógica de empregabilidade, empreendedorismo, actividade profissional...

2.6. O trabalho pode ser colectivo se ficar claro o contributo de cada um.

2.7. A data limite de envio/entrega, será consensualizada.

2.8. Realizaremos uma sessão de apresentação deste trabalho, enquanto partilha dos resultados da investigação aplicada, dentro da turma de Mestrado.

OBSERVAÇÕES

SERÃO ORGANIZADAS VISITAS DE ESTUDO

