

<b>POLI</b> ESCOLA SUPERIOR TURISMO HOTELARIA <b>TÉCNICO</b> <b>GUARDA</b>	<b>GUIA DE FUNCIONAMENTO          DA UNIDADE CURRICULAR          (GFUC)</b>	<b>MODELO</b> PED.009.03
---	---	-----------------------------

<i>Curso</i>	<b>Turismo e Lazer/ Gestão Hoteleira/ Restauração e Catering</b>						
<i>Unidade curricular (UC)</i>	<b>Gestão de Destinos Turísticos</b>						
<i>Ano letivo</i>	2023-24	<i>Ano</i>	3.º	<i>Período</i>	2.º semestre	<i>ECTS</i>	4
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 108	<i>Contacto: 45</i>		
<i>Docente(s)</i>	Gonçalo José Poeta Fernandes						
<input checked="" type="checkbox"/> <i>Responsável da UC ou</i>	<i>Área/Grupo Disciplinar</i>		Gonçalo José Poeta Fernandes				
<input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a)</i>	<i>(cf. situação de cada Escola)</i>						
<input type="checkbox"/> <i>Regente</i>							

## GFUC CUMPRIDO

### 1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Discutir os principais desafios da estruturação e gestão de um destino turístico;
- Desenvolver políticas e estratégias de valorização e promoção dos destinos;
- Apreender modelos de cooperação e coresponsabilização entre atores estratégicos, para a construção de identidade e marca territorial;
- Desenvolver ferramentas de comunicação, promoção e distribuição adequadas ao destino turístico;
- Compreender a relevância da gestão do conhecimento nos destinos turísticos: stakeholders e suas estratégias, redes colaborativas e visões;
- Desenvolver ferramentas de gestão de informação e de análise de mercado, com suporte à tomada de decisão;
- Identificar e manusear modelos de monitorização da atividade de um destino turístico;
- Gerar indicadores de gestão de um destino turístico que suportem estratégias competitivas.

### 2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

#### A. Destino Turístico

1. Conceitos, significado e escalas;
2. Funções, componentes e agentes;
3. Estruturação do ciclo de vida e sustentabilidade;
4. Tipologias de destinos turísticos.

#### B. Políticas e Estratégias de Promoção de Destinos

1. Políticas de gestão e sustentabilidade;
2. Estudos de mercado e avaliação do perfil do destino
3. Marca e Imagem dos destinos e sua competitividade;
4. Marketing de destinos turísticos e sua comercialização;
5. Comunicação e estratégias operacionais;

#### C. Desenvolvimento de Destinos Turísticos

1. Condicionantes ao planeamento e desenvolvimento do destino turístico;
2. Fases do planeamento estratégico de um destino;
3. Posicionamento estratégico e experiências turísticas,

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TURISMO HOTELARIA TÉCNICO GUARDA</p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</b></p>	<p><b>MODELO</b> PED.009.03</p>
--	--	-------------------------------------

4. Cooperação e articulação da oferta turística, produtos e governancia.

**D. Gestão dos Destinos Turísticos:**

1. Eixos de suporte à Gestão dos Destinos;
2. Mediação e Monitorização: indicadores de gestão de um destino turístico;
3. Mecanismos de avaliação dos resultados das estratégias de ação;
4. Inovação nos produtos e serviços turísticos: tendências e mercados.

### **3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC**

A unidade curricular (UC) de Gestão de Destinos Turísticos pretende estabelecer bases de conhecimento e de desenvolvimento de estratégias adequadas às dinâmicas territoriais que o turismo tem desenhado, quer do ponto de vista conceptual, quer das atividades e processos que envolve na sua evolução. Procura promover o conhecimento de políticas e estratégias, suportados em indicadores e modelos de monitorização, que promovam a competitividade do destino. Procura em simultâneo avaliar os limites e a capacidade dos recursos turísticos e encorajar o desenvolvimento de um turismo sustentável, promovendo a coesão territorial e a construção sustentada dos destinos turísticos.

Neste sentido os alunos deverão conhecer o significado e complexidade do destino turístico, os fatores estruturantes dos destinos e suas dinâmicas, as estratégias de marketing de destino e de criação de marca, os modelos de avaliação e quantificação do turismo, as etapas de um processo de planeamento estratégico, bem como desenvolvimento de estratégias de inovação, qualificação e promoção do destino. Serão analisados diferentes destinos, tendências atuais de gestão de destino, processo de inovação e políticas de governação.

### **4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL**

- BLAIN, C., LEVY, S. & RITCHIE, J.R.B. (2005). Destination branding: insight and practices from destination management organisations. *Journal of Travel Research*, 43 (4), 328-338
- CUNHA, L. (2017). Turismo e Desenvolvimento. Realidade e perspectivas. LIDEL, Edições técnicas, Lisboa.
- EJARQUE, J. (2016). Marketing y gestión de destinos turísticos nuevos modelos y estrategia 2. 0. Madrid: Ediciones Pirámide..
- ENGLISH TOURIST BOARD (2003). Destination Management Handbook, Tourism Management Institute, London.
- LAWTON, L., & WEAVER, D. (2014). Tourism management. (5th edition). Milton, Qld: John Wiley & Sons. ISBN: 9781118644812
- LOZATO-GIOTART, J.-P., LEROUX, É., & BALFET, M. (2012). Management du tourisme: territoires, offres et stratégies. Pearson Education France..
- MORRISON, A. (2013). Marketing and managing tourism destinations. London: Routledge.
- PENDER, L. & SHARPLEY, R. (2005). The Management of Tourism. SAGE Publications Ltd, London
- SERNATUR (2016). Manual de Destinos - Elementos para la gestión de Destinos Turísticos, Santiago do Chile.
- SILVA, F. & UMBELINO, J. [Coord] (2017). Planeamento e Desenvolvimento Turístico, Lidel,
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (2007). A Practical guide to destination management. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO).

<p><b>POLI</b>  <b>ESCOLA SUPERIOR</b>  <b>TURISMO</b>  <b>HOTELARIA</b></p> <p><b>TÉCNICO</b>  <b>GUARDA</b></p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO</b>  <b>DA UNIDADE CURRICULAR</b>  <b>(GFUC)</b></p>	<p><b>MODELO</b>  PED.009.03</p>
---	--	--------------------------------------

**Bibliografia complementar:**

Comissão Europeia (2013). Sistema Europeu de Indicadores de Turismo para a Gestão Sustentável a Nível dos Destinos, Luxemburgo: Serviço das Publicações da União Europeia, doi:10.2769/46253

Go, F., e Govers, R. (2010). International Place Branding Yearbook 2010, Place Branding in the New Age of Innovation. Palgrave Macmillan, New York.

OMT (2001). Cooperación entre sectores público y privado: mejorando la competitividad turística, Consejo Empresarial (CEOMT), Madrid.

Tourism Destinations Management Handbook - Gonçalo Fernandes

**5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)**

Em termos metodológicos as aulas teóricas poderão ser expositivas e de discussão sobre fenómenos/acontecimentos ligados à atividade turística nacional e internacional, problemas de âmbito social, económico e ecológico, relacionados com o turismo e experiências que fazem parte das vivências do quotidiano, assim como pesquisas feitas pelos alunos. Nas aulas práticas serão realizadas atividades de investigação, representação, ilustração e exposição, no âmbito dos conteúdos abordados, dando especial atenção à recolha de dados, às análises qualitativas e quantitativas da informação recolhida.

A dimensão sumativa da avaliação contínua da unidade curricular define-se através dos seguintes elementos:

1. Duas Frequências	75% (15 valores)
2. Trabalho de investigação e apresentação	25% (5 valores)

*Nota: poderá ser alterada ou ajustada em coordenação com os alunos*

**6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UC**

A metodologia expositiva e de reflexão continua sobre as problemáticas em estudo desenvolve-se na necessidade de introduzir os alunos nas dimensões teórico-práticas das questões a analisar, incutindo sempre uma visão global e coerente do conhecimento sobre os problemas socioeconómicos e ambientais contemporâneos. Incentivaremos a intervenção e iniciativa individual, bem como a reflexão coletiva. A avaliação é um elemento essencial e integrante do processo de ensino-aprendizagem, considerada como um processo sistemático, gradual e contínuo, de forma a proporcionar feedbacks reguladores da atividade dos alunos e do professor.

Promovem-se estratégias formativa de integração (participação ativa dos formandos através de dúvidas, comentários, sugestões, críticas, entre outras, reveladoras do interesse e capacidade dos mesmos relativamente aos conteúdos abordados). Através da exposição dos conteúdos da unidade curricular efetuada pelo docente, dos resultados da pesquisa e análise em diversas fontes e da respetiva reflexão individual e coletiva, os formandos adquirem e desenvolvem as capacidades de análise crítica, de mobilização de conhecimento e de resolução de problemas.

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TURISMO HOTELARIA TÉCNICO GUARDA</p>	<p><b>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</b></p>	<p><b>MODELO</b> PED.009.03</p>
--	--	-------------------------------------

## 7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Os alunos devem comparecer a 3/4 das horas de contacto. O incumprimento desta regra resulta na reprovação do aluno, o qual transitará para a avaliação final. Serão ressalvadas as ausências com justificação legal e aviso prévio.

## 8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Gonçalo José Poeta Fernandes: [goncalopoeta@ipg.pt](mailto:goncalopoeta@ipg.pt)

*Atendimento aos estudantes de terça a quinta feira em conformidade com o horário exposto no gabinete*

## DATA

**19 de fevereiro de 2024**

## ASSINATURAS

O(A) Coordenador(a) da Área/Grupo Disciplinar

