

**Tourism**  
**1st Study Year, 1st Semester**

Introdução ao Turismo

**Introduction to Tourism**

ECTS credits: 6

**Code** 01104709

**Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Compreender diversos conceitos relevantes no âmbito do turismo; Analisar conceptualmente o sistema turístico e seus múltiplos impactes pela exposição e discussão dos principais conceitos, teorias e modelos de análise; Identificar o processo de evolução do Turismo a nível nacional e internacional; Conhecer a oferta turística e os aspetos associados à procura turística; Conhecer as organizações com papel relevante ao nível do turismo; Apresentar as principais atividades e ferramentas que dão suporte à atividade turística; Analisar o estado atual e a evolução do fenómeno turístico a nível mundial e em Portugal; Dotar os alunos de um conjunto de instrumentos operacionais para o estudo do Turismo, designadamente pelo contacto com fontes e metodologias de investigação.

**Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

1. Understand a number of relevant concepts in the field of tourism;
2. To conceptually analyse the tourist system and its multiple impacts by exposing and discussing the main concepts, theories and models of analysis;
3. Identify the process of tourism developments at national and international level;
4. To know the tourist offer and the aspects associated with tourist demand;
5. To know organisations with a relevant role in tourism;
6. Present the main activities and tools that support the tourist activity;
7. To analyse the current situation and the evolution of the tourist phenomenon worldwide and in Portugal;
8. Provide students with a set of operational instruments for the study of Tourism, in particular by contact with research sources and methodologies.

**Conteúdos programáticos**

1. Turismo: enquadramento teórico e conceptual 2. A evolução histórica do turismo 3. O sistema turístico: a oferta 4. A procura turística 5. O turismo como atividade económica 6. A organização institucional e operacionalização do Turismo 7. Os impactes e o futuro do Turismo

**Syllabus**

1. Tourism: a theoretical and conceptual framework
  - 1.1. Concepts, classification and types of tourism
  - 1.2. The Systemic Perspective of Tourism
2. The historical evolution of tourism
  - 2.1. International level
  - 2.2. National level
3. The tourism system: the supply
  - 3.1. Concept and characteristics
  - 3.2. The elements of tourism offer
4. Tourism demand
  - 4.1. Determinants of tourist demand
  - 4.2. Motivations associated with tourist demand
5. Tourism as an economic activity
6. The institutional organization and operationalization of Tourism
  - 6.1. International level
  - 6.2. National level
7. The impacts and the future of tourism

Metodologia de Investigação

**Research Methodology**

ECTS credits: 6

**Code** 01104715

### **Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

1. Compreensão da natureza da ciência e capacidade de diferenciar a ciência de outras formas de conhecimento.
2. Interpretação do papel e relevância da ciência.
3. Capacidade para assumir uma posição ética.
4. Realização de investigação científica através dos processos fundamentais e das estratégias específicas de planeamento, realização, análise e apresentação dos resultados.
5. Competência para assumir uma posição crítica fundamentada em conhecimentos científicos.

### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

1. Understanding the nature of science and the ability to differentiate science from other forms of knowledge.
2. Interpretation of the role and relevance of science.
3. Ability to take an ethical position.
4. Carrying out scientific research through key processes and specific strategies for planning, conducting, analyzing and presenting results.
5. Competence to assume a critical position based on scientific knowledge.

### **Conteúdos programáticos**

1. Investigação 2. Planificação e concretização da investigação 3. Metodologias 4. Divulgação da investigação

### **Syllabus**

#### **1. Research**

1.1 Epistemological considerations

1.2 Ethical requirements

#### **2. Planning and realization of research**

2.1 Formulation of the problem

2.2 Variables, hypotheses, sampling

2.3 Theoretical contextualization

2.4 Analysis model

#### **3. Methodologies**

3.1 Qualitative methods

3.1.1 The interview: typologies and techniques used

3.1.2 The observation: typologies and the role of the researcher

3.1.3 Qualitative content analysis: coding, categorization, inference and interpretation of information

3.1.4 Case studies: types, techniques used and applications

3.2 Quantitative methods

3.2.1 Initiation to SPSS in Windows environment; data acquisition strategies

3.2.2 Obtaining and preparing data for analysis

3.2.3 Use of statistical databases in research

3.2.4 Consistency of information

#### **4. Dissemination of research**

4.1. Structure and key features of a research report

4.1.1 Monograph: practical indications

4.1.2. Scientific article: writing and presentation for the purpose of publication

4.1.3 The scientific poster: writing and presentation

Princípios de Gestão

Management Principles

ECTS credits: 6

Code 01104726

### Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

1. Analisar a evolução do pensamento em gestão; 2. Relacionar as perspetivas da gestão com as práticas de gestão e as diferentes leituras das envolventes interna e externa; 3. Aplicar os princípios associados às diversas perspetivas da gestão na interpretação de situações, contextos e ações dos gestores; 4. Comparar os papéis desempenhados pelos gestores, segundo as diversas perspetivas de gestão; 5. Conhecer e analisar os problemas e as correntes de gestão mais atuais; 6. Desenvolver a capacidade de pensamento crítico relativamente às diferentes perspetivas e teorias de gestão; 7. Explicar como as empresas analisam o seu ambiente e como procedem à sua análise interna; 8. Apresentar os vários modelos auxiliares da formulação de estratégias; 9. Descrever o processo de tomada de decisão de forma racional e analisar a sua importância na gestão das organizações.

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

1. Analyze the evolution of management thought; 2. Relate the perspectives of management with management practices and the understanding of the internal and external factors; 3. Apply the principles associated with the various management perspectives to interpret situations, contexts and actions of the managers; 4. Compare the roles played by managers, according to several management perspectives; 5. Know and analyze the most up-to-date problems and management tendencies; 6. Develop the ability for critical thinking in relation to the different theories and perspectives of management; 7. Explain how business units analyse their environment and how they carry out their internal analysis; 8. Present the various models to formulate strategies; 9. Describe the decision-making process in a rational way and analyse its importance to the management of the organizations.

### Conteúdos programáticos

1. Introdução ao estudo da gestão. 1.1. A organização e os seus recursos; 1.2. A gestão e o gestor; 1.3. Níveis de gestão, aptidões e competências correspondentes; 1.4. A gestão enquanto disciplina e prática: breve introdução histórica. 2. Abordagens clássicas ao estudo da gestão. 2.1 A organização científica do trabalho; 2.2 Frederick Taylor e a teoria científica do trabalho. Pressupostos básicos do Fordismo; 2.3 Henry Fayol e a abordagem administrativa das organizações; 2.4 Max Weber e a organização burocrática. 3. As teorias organizacionais. 3.1 O movimento das relações humanas; 3.2 A abordagem sistémica das organizações; 3.3 A abordagem contingencial; 3.4 Novas abordagens e tendências da gestão. 4. A estratégia nas organizações. 5. A estrutura das organizações. 6. A gestão de recursos humanos. A gestão de recursos humanos como técnica de gestão.

### Syllabus

1. Introduction. 1.1 Organization and resources; 1.2 Management and the Manager; 1.3 Management Levels, skills and competences; 1.4 Management as a discipline and practice: a brief historical introduction.

2. Classical approaches to study management. 2.1. The scientific organization of labor. 2.2 Frederick Taylor and the scientific theory of labor. Basic assumptions of Fordism. 2.3 Henry Fayol and the administrative approach of organisations; 2.4. Max Weber and bureaucratic organization.
3. Organizational theories. 3.1. The human relations movement; 3.2. The systemic approach of organisations; 3.3. The contingency approach; 3.4 New approaches and management trends.
4. The strategy in organisations.
5. The structure of organizations.
6. . Human resources management. Human resources management as a management technique.

Tecnologias e Sistemas de Informação em Turismo

**Information Technology in Tourism**

ECTS credits: 4

**Code** 01104737

### **Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

A UC de Tecnologias e Sistemas de Informação em Turismo tem como objetivos principais permitir familiarizar o discente com os conceitos e as terminologias associados às Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) utilizadas no turismo, bem como ter a capacidade de utilização de meios informáticos que lhe permitam a aplicação corrente na atividade profissional. Possuir uma atitude proativa e adaptativa a um envolvimento crescentemente apoiado nas TIC bem como uma boa capacidade para estruturar/manipular a informação associada ao seu local de trabalho

**Competências:** Dominar e utilizar os principais serviços disponibilizados na internet em geral e nas redes sociais em particular; Empregar corretamente as técnicas de partilha, segurança e apresentação da informação documental; Saber utilizar as redes sociais e aproveitar as vantagens inerentes. Saber utilizar ferramentas tecnologias em diferentes contextos. Empregar novos cenários com aplicabilidade no turismo; Utilizar os aspetos sociais, éticos e legais das TI.

### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

The UC of Technologies and Information Systems in Tourism has as main objectives to allow the student to familiarize with the concepts and terminologies associated with Information and Communication Technologies (ICT) used in tourism, as well as having the ability to use information technology resources that allow the current application in professional activity. Have a proactive and adaptive attitude to an increasingly supported ICT engagement as well as a good ability to structure / manipulate the information associated with the workplace.

**Skills:** Master and use the main services available on the internet in general and on social networks in particular; Properly employ the techniques of sharing, security and presentation of documentary information; Know how to use social networks and take advantage of the inherent advantages. Know how to use technological tools in different contexts. Employ new scenarios with applicability in tourism; Use the social, ethical and legal aspects of IT.

### **Conteúdos programáticos**

1. As TI aplicadas ao Turismo 1.1. Conceitos Gerais 1.2. Impacto das TI na Sociedade 1.3. Tecnologias emergentes 1.4. IoT 1.5. Indústria 4.0. e 5.0.

2. Políticas e procedimentos de segurança 2.1. Cópias de segurança 2.2. Antivírus 2.3. Manutenção regular 2.4. Formação de novos utilizadores 2.5. Compressão de documentos format (zip, rar); Portable documents format (pdf) 2.6. Gestão da partilha de documentos

3. A transformação digital em Turismo 3.1. Internet e Intranets 3.2. Uso das tecnologias para potenciar a comunicação 3.3. Tecnologias no turismo (Apps, Chats, QR Code, etc...) 3.3. A gamificação em Turismo 3.4. A realidade virtual e aumentada em Turismo 3.5. Ambientes inteligentes no Turismo

4. Sociedade da informação e do conhecimento 4.1. A importância da Informação. 4.2. A Empresa Digital. 4.3. Negócio eletrónico. 4.4. Redes Sociais 4.5 Aspectos sociais, éticos e legais das TI

### **Syllabus**

1. IT applied to Tourism 1.1. General Concepts 1.2. Impact of IT on Society 1.3. Emerging technologies 1.4. IoT 1.5. Industry 4.0. and 5.0.

2. Security policies and procedures 2.1. Backups 2.2. Antivirus 2.3. Regular maintenance 2.4. Training of new users 2.5. Compression of format documents (zip, rar); Portable documents format (pdf) 2.6. Document sharing management

3. Digital transformation in Tourism 3.1. Internet and Intranets 3.2. Use of technologies to enhance communication 3.3. Technologies in tourism (Apps, Chats, QR Code) 3.3. Gamification in Tourism 3.4. Virtual and augmented reality in Tourism 3.5. Smart Environments in Tourism

4. Information and knowledge society 4.1. The importance of information. 4.2. The Digital Company. 4.3. Electronic business 4.4. Social Networks 4.5 Social, ethical and legal aspects of IT.

Inglês 1

English 1

ECTS credits: 4

Code 01100618

### **Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

O Inglês enquanto Unidade Curricular do Curso de Turismo tem como principal objetivo dotar os alunos de uma ferramenta essencial para o seu sucesso no domínio da sua carreira académica e profissional. Em Inglês 1, pretende-se diagnosticar o nível de inglês dos alunos e desenvolver nos alunos bases sólidas que lhes permitam atingir o nível A1-A2. Procura-se estimular as diferentes competências: Audição, Ler, Falar e Escrever com diferentes materiais. Pretende-se ainda motivar os alunos a investirem na aprendizagem autónoma do inglês promovendo o "aprender a aprender".

### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

As a curricular unit of the course of Tourism, English has a main objective of providing students with an essential tool for their success in their academic and professional careers. In English I there is an intention to assess students' level of English and develop a solid knowledge which allows students to reach the level A1-A2 This curricular unit intends to develop the different competences: listening, reading, speaking and writing, using diverse materials. Students will be encouraged to develop their autonomy, promoting "learning how to learn" skills. By the end of English 1, students should be able to:

1- Describe themselves and other people 2- Talk about present, past and future actions. 3- Make questions 4- Be familiar with time phrases and telling the time. 5- Compare. 6- Understand and create simple written and oral texts related to the different topics.

## Conteúdos programáticos

**1. FUNÇÕES DA LINGUAGEM** Comparar textos onde se focam temas diversos relacionados com a área do curso; compreender de um modo geral e também em pormenor textos escritos, definir palavras e conceitos, fazer perguntas gerais e específicas sobre vários temas com base em textos escritos, descrever, emparelhar, preencher espaços e tabelas, reorganizar frases, comparar métodos, comparar o conteúdo temático, lexical e estrutural de uma apresentação, resumir as ideias principais de um artigo, escrever emails, cartas comerciais e outros relatórios, participar em debates, participar em reuniões, fazer apresentações, negociar, desenvolver relações produtivas com os clientes, expressar opiniões, escrever pequenos parágrafos, fazer composições sobre os temas em estudo, discutir e corrigir os problemas levantados pelos alunos, descrever objetos - tamanhos, dimensões, pesos e resistências, trocar informações, "brain storming".

**2. ESTRUTURAS GRAMATICAIS** Semântica e pragmática da língua inglesa (tempos verbais e sua função, conjunções, advérbios, voz passiva, preposições, uso de pronomes e asserção de referência, condicionais, pronomes relativos, adjetivos).

**3. VOCABULÁRIO** Desenvolvimento da competência de comunicação, em Língua Inglesa, em contextos específicos relacionados com a área tecnológica do curso, através de apresentações orais e/ou escritas, debates, role-plays, traduções e contacto com textos com vocabulário específico da área.

### Syllabus

#### **1- Language Functions**

To compare texts which deal with several subjects, to understand the contents of a text, to define words and concepts, to ask general and specific questions about several subjects, to describe, fill in gaps and charts with information from the texts, to reorganize sentences, to compare the lexical content of a presentation, to resume the main ideas in an article, to write emails, business letters and other reports, to participate in debates, reunions, to make presentations, to express opinions, to write short paragraphs and compositions, to discuss the problems that arise, to exchange information and brainstorm ideas.

#### **2- Grammar Structures**

The semantics and pragmatics of the English Language (verb tenses, conjunctions, adverbs, passive voice, reported speech, conditional sentences, adjective degrees, relative pronouns, prepositions).

#### **3- Vocabulary**

To develop the ability to communicate in the English language, in specific contexts related to the subjects of the course.

Francês 1

**French 1**

ECTS credits: 4

Code 01100719

### **Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Compreender expressões e um vocabulário frequentes e simples, compreender o essencial em anúncios e mensagens; escrever mensagens simples e cartas pessoais; ler e compreender textos curtos (brochuras, guias turísticos, folhetos, anúncios, etc.) descrever acontecimentos no presente e no passado; ter conversas breves e comunicar o essencial, fazendo-se entender, capacitando-o para um bom desempenho profissional ou pessoal. Expressar-se em ambiente familiar em situações simples e concretas da vida quotidiana, em francês tanto ao nível da escrita como ao nível da oralidade; usar a língua francesa para apropriação da informação.

## Objectives of the curricular unit and competences to be developed

Understand frequent and simple expressions and vocabulary; understand the essentials in ads and messages; write simple messages and personal letters; reading and understanding short texts (brochures, tourist guides, brochures, advertisements, etc...); describe events in the present and past; have brief conversations and communicate the essential, making themselves understood, enabling you to perform well in a professional or personal capacity. To express familiar environment in simple and concrete situations of daily life, in French both in terms of writing and oral level; use the French language for the appropriation of information

**Conteúdos programáticosA- Conteúdos comunicativos** *Unidade 0: Referir-se a aspetos gerais sobre a língua francesa* - Identificar as regiões de França e alguns aspetos culturais associados; referir-se ao conceito de "Francophonie"; apresentar dados sobre o turismo em França. *Unidade 1: Saudar, despedir-se e apresentar-se* - Apresentar-se e falar de si próprio; soletrar nomes; responder ao telefone e escrever uma mensagem; compreender e redigir um currículo. *Unidade 2: Acolher turistas* - Dar informações num aeroporto; ler um mapa e indicar direções; acolher passageiros e servi-los a bordo de um avião; ler um indicador de horários e informar os turistas; vender um bilhete de comboio; explicar um bilhete de comboio e efetuar uma reserva; acolher turistas num hotel: realizar uma reserva, fazer o check-in e check-out, resolver dúvidas e problemas, *Unidade 3: Redigir um programa de animação* - Conceber, redigir e apresentar um programa; informar sobre manifestações turísticas.

**B - Conteúdos lexicais** Vida quotidiana (rotina diária), ocupações, emprego, cultura, desportos, gastronomia, festas e tradições, expressões de opinião, sentimentos e sensações, a fórmula epistolar, tempo, viagens, natureza, locais de interesse turístico, tipos de turismo, aeroporto, estação de comboio, hotel.

**C - Conteúdos gramaticais** *C'est/il est*, os verbos regulares e irregulares no presente do indicativo, a forma negativa, os artigos definidos e indefinidos, os números cardinais e ordinais, expressão da obrigação (*il faut*), os determinantes possessivos, os artigos partitivos, a expressão de tempo (horas e datas), os adjetivos qualificativos (género e número), a frase interrogativa, o imperativo, o futuro (futur simple et proche), os artigos contraídos.

## Syllabus

**A- Communicative contents** *Unit 0: Refer to general aspects about the French language* - Identify the regions of France and some associated cultural aspects; Refer to the concept of "Francophonie"; Present data on tourism in France. *Unit 1: Say hello, say goodbye and introduce yourself* - Introduce yourself and talk about yourself; Spelling names; Answer the phone and write a message; Understand and write a resume. *Unit 2: Welcoming tourists* - Give information at an airport; Read a map and indicate directions; Accommodating passengers and serving them on board an airplane; Read a timetable and inform the tourists; Sell a train ticket; Explain a train ticket and make a reservation; To welcome tourists in a hotel: make a reservation, check in and check out, solve doubts and problems. *Unit 3: Write an animation program* - Designing, writing and presenting a program; Report on tourist events.

**B - Lexical contents** **Daily** life (daily routine), occupations, employment, culture, sports, gastronomy, festivals and traditions, expressions of opinion, feelings and feelings, epistolary formula, time, travel, nature, places of tourist interest, train station, hotel

**C - Grammatical contents** **C'est** / **il est**, regular and irregular verbs in the present indicative, negative form, definite and indefinite articles, cardinal and ordinal numbers, expression of obligation (*il faut*), possessive determinants, partitive articles, expression of time (hours and dates), qualifying adjectives (gender and number), interrogative phrase, imperative, future (futur simple et proche), articles contracted.

## Tourism 1st Study Year, 2nd Semester

Património, Arte e Cultura		
Heritage, Arts and Culture		
ECTS credits: 6	Code	01100646

#### Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

1. Reconhecer a importância que o património, a arte e a cultura avocam na motivação e no desenvolvimento do turismo.
2. Desenvolver a capacidade de avaliação dos valores humanos, sociais, formais e estéticos envolvidos na valorização global da obra construída.
3. Definir as coordenadas estilísticas nas diferentes épocas históricas em prol do desenvolvimento de atrações, eventos e produtos turísticos.
4. Respeitar e preservar as diversas manifestações patrimoniais, nas suas múltiplas funções, utilizadas por diferentes grupos sociais e étnicos, interagindo com o património nacional e internacional.
5. Avaliar a oportunidade de criação de sinergias entre património, arte, cultura e turismo em meios urbanos e rurais.

#### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

1. Recognize the importance which heritage, art and culture cause motivation and development of tourism.
2. Develop the ability to assess human, social, formal and aesthetic values involved in the global appreciation of the finished structure.
3. Setting the stylistic coordinates in different historical periods for the development of attractions, events and tourism products.
4. Respect and preserve the diverse heritage demonstrations, in its multiple functions, used by different social and ethnic groups, interacting with national and international heritage.
5. Evaluate the opportunity to create synergies between heritage, culture and tourism in urban and rural areas.

#### Conteúdos programáticos

1.Cultura, identidades e património 2. Património, arte e cultura como elementos do sistema turístico 3.Arquitetura vernacular 4. Lugares de memória

#### Syllabus

1. Culture, identities and heritage 2. Heritage, art and culture as elements of the tourist system 3. Archaic landscapes 4. Places of memory 4.1 From Sacred architectures to romanticism 4.2 From the triumph of Modernism to our days.

Análise de Mercados Turísticos		
Tourism Market Analysis		
ECTS credits: 6	Code	01104752



## **Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

1. Reconhecer elementos básicos e fatores estruturais do mercado turístico. 2. Identificar tendências do comportamento do consumidor e dos mercados. 3. Aplicar métodos de análise de mercados turísticos. 4. Reconhecer a importância do conhecimento e análise do mercado turístico nacional e internacional.

## **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

1. Recognize basic elements and structural factors of the tourist market. 2. Identify trends in consumer behavior and markets. 3. Apply methods of analysis of tourism markets. 4. Recognize the importance of knowledge and analysis of the national and international tourist market.

## **Conteúdos programáticos:**

### **1 O MERCADO TURÍSTICO**

1.1 Elementos básicos do mercado turístico

1.2 Fatores estruturais de equilíbrio e desequilíbrio do mercado turístico

### **2 PROCURA TURÍSTICA**

2.1 Tendências do comportamento do consumidor e dos mercados

2.2 A utilidade da análise da procura turística

### **3 OFERTA TURÍSTICA**

3.1 Posicionamento da oferta face à procura: diferenciação e competitividade

3.2 Novas tendências da oferta turística para captação de mercado: casos práticos

### **4 MÉTODOS DE ANÁLISE DE MERCADOS TURÍSTICOS**

4.1 Indicadores de avaliação de mercados emissores e recetores

4.2 Identificação de mercados-alvo

4.3 Análise do perfil do turista

4.3.1 Casos práticos em Portugal

4.4 Segmentação de mercado: perspetiva evolutiva

4.5 Metodologias de análise: Método qualitativo, comparativo e quantitativo

4.6 Análise SWOT aplicada a estudos de mercados turísticos

### **5 O MERCADO TURÍSTICO NACIONAL E INTERNACIONAL**

5.1 Análise de resultados do setor do Turismo em Portugal: nível nacional, regional e local

5.2 Mercados emissores para Portugal: análise, evolução e tendências

5.3 Análise da expressão do Turismo à escala mundial

5.4 Fatores de competitividade do turismo internacional

5.5 Mercado externo: desafios e oportunidades da internacionalização para os destinos turísticos e empresas turísticas de Portugal

## **Syllabus:**

### **1 THE TOURIST MARKET**

1.1 Basic elements of the tourist market

1.2 Structural factors of equilibrium and imbalance of the tourist market

### **2 TOURIST DEMAND**

2.1 Trends in consumer behavior and markets

2.2 The usefulness of tourism demand analysis

### **3 TOURIST SUPPLY**

3.1 Positioning of supply facing demand: differentiation and competitiveness

3.2 New trends in tourist supply to reach the market: case studies

### **4 METHODS OF ANALYSIS OF TOURIST MARKETS**

4.1 Indicators for evaluation of issuing and receiving markets

4.2 Identification of targets in the market

4.3 Analysis of tourists profile

4.3.1 Practical cases in Portugal

4.4 Market Segmentation: Evolutionary Perspective

4.5 Methodologies of analysis: Qualitative, comparative and quantitative method

4.6 SWOT analysis applied to tourism market studies

### **5 THE NATIONAL AND INTERNATIONAL TOURISM MARKET**

5.1 Analysis of results of the Tourism sector in Portugal: national, regional and local level

5.2 Issuing markets for Portugal: analysis, evolution and trends

5.3 Analysis of the expression of Tourism worldwide

5.4 Competitiveness factors in international tourism

5.5 External market: challenges and opportunities of internationalization for tourist destinations and tourism companies in Portugal

Gestão de Operações Turísticas

**Tourism Operations Management**

ECTS credits: 6

Code 01100848

**Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Identificar os vários tipos de operações e distribuição turística, assim como os seus intervenientes, de forma a aplicar as técnicas e práticas necessárias à realização de operações turísticas, de acordo com o tipo de clientes, viagens e fornecedores, nos diferentes tipos intermediários, online ou offline. Aplicar as diferentes normas que se aplicam aos diversos operadores e práticas. Comercializar, assessorar e aconselhar o serviço ao cliente de acordo com o seu perfil.

**Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

Identify the various types of operations and tourist distribution, as well as their stakeholders, in order to apply the techniques and practices necessary to carry out tourist operations, according to the type of customers, travel and suppliers, in different intermediate types, online or offline. Apply the different standards that apply to the various operators and practices. Market, advise and advise customer service according to your profile.

**Conteúdos programáticos:**

1. Intermediação e comercialização em Turismo 2. A Operação e Distribuição Turística 3. Gestão das operações turísticas 4. A inovação na gestão de operações

**Syllabus:**

1. Intermediation and commercialization in Tourism 1.1. Concepts and evolution 2. The Operation and Distribution of Tourism 2.1 Structure, functions, classification 2.2. Suppliers, customers, competitors and interrelations 3. Management of tourist operations 3.1. Online and offline Travel Agencies 3.2. Tourist accommodation 3.3. Airlines 3.4. Cruises 3.5. Complementary services 4. Innovation in operations management

Inglês 2

**English 2**

ECTS credits: 4

Code 01100660

**Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Inglês II tem como principal objetivo dotar os alunos de uma ferramenta essencial para o seu sucesso no domínio da sua carreira académica e profissional. Espera-se que os alunos consolidem o nível A1 e adquiram o A2 em inglês, adquirindo conhecimentos sobre cada unidade: Alojamento, Marketing e promoção e a Indústria aérea.

**Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

English II aims at giving students an essential tool for their success in their academic and professional careers. Students are expected to consolidate the A1 level and attain A2 level of English and acquire knowledge about each unit: accommodation, marketing and promotion and airline industry.

The main objectives are:

- to understand the importance of the english language in their professional career;
- to acquire vocabular and knowledge about tourism, according to the units studied in class;
- to understand and produce simple texts (written and oral) on the theme of each unit;
- to develop the acquisition of communicative competences, in the áreas of tourism studied in class, with emphasis on developing the capacity to apply that knowledge in academic and professional situations.

**Syllabus:**

1 - About your guest 2 - On the phone 3 - Types of restaurants 4 - Lodging 5 - At the airport 6 - Cruise ships  
7 - Train travel 8 - Bus travel 9 - Renting a car 10 - How do you pay? 11 - Where to get Money

Francês 2

**French 2**

ECTS credits: 4

**Code 01100770**

**Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Compreender expressões e um vocabulário frequentes e simples; compreender o essencial em anúncios e mensagens; escrever mensagens simples e cartas pessoais; ler e compreender textos curtos (brochuras, guias turísticos, folhetos, anuncios, etc...) descrever acontecimentos no presente e no passado; ter conversas breves e comunicar o essencial, fazendo-se entender, capacitando-o para um bom desempenho profissional ou pessoal. Expressar-se em ambiente familiar em situações simples e concretas da vida quotidiana, em francês tanto ao nível da escrita como ao nível da oralidade; usar a língua francesa para apropriação da informação.

**Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

Understand frequent and simple expressions and vocabulary; understand the essentials in ads and messages; write simple messages and personal letters; reading and understanding short texts (brochures, tourist guides, brochures, advertisements, etc ...); describe events in the present and past; have brief conversations and communicate the essential, making themselves understood, enabling you to perform well in a professional or personal capacity. To express oneself in a familiar environment in simple and concrete situations of daily life, in French both in terms of writing and oral level; use the French language for the appropriation of information.

**Conteúdos programáticos:**

**Conteúdos comunicativos:** Unidade 1 - Visita guiada; Unidade 2 - Venda de produtos turísticos; Unidade 3 - Eventos culturais; Unidade 4 - Organização de um evento; Unidade 5 - No hotel/restaurante

**Conteúdos lexicais:** As profissões do turismo, os numerais, as brochuras turísticas, as tarifas/os preços, saudações/despedidas e pedido de desculpas em cartas formais, os gostos, as atividades de tempos livres, o estado do tempo, as atividades culturais, as especialidades gastronómicas, os eventos, o hotel, os alimentos.

**Conteúdos gramaticais:** O presente do indicativo, os possessivos, o condicional, os artigos definidos e indefinidos, os artigos *partitifs*, a frase interrogativa, as preposições de lugar, o futuro, o *passé-composé*, os comparativos, a expressão da quantidade.

## Syllabus:

### A- Communicative content

#### Unit 1 - Guided tour

- Request information on tourist services;
- Request prices in an email;
- Make a tourist brochure;
- Refer to a tourist circuit and its itinerary

#### Unit 2 - Sale of tourist products

- Express tastes and interrogate them;
- Propose a tourist product;
- Cancel the purchase of a product

#### Unit 3 - Cultural events

- Recommend a site, a regional feature;
- Advise local gastronomic visits;
- Propose a tourist product on promotion.

#### Unit 4 - Organization of an event

- Request quotes
- Present an event project

#### Unit 5 - At the hotel / restaurant

- Present the services of a hotel-restaurant;
- Responding to customer requests at the hotel
- Fill an order in a restaurant.

### B- Lexical contents

Tourism professions, numerals, tourist brochures, tariffs / prices, greetings / farewells and apology in formal letters, tastes, leisure activities, weather, cultural activities, gastronomic specialties, the events, the hotel, the food.

### C- Grammatical contents

The present of the indicative, the possessives, the conditional, the defined and indefinite articles, *partitif* articles, the interrogative phrase, the prepositions of place, the future, the *passé-composé*, the comparatives, quantity expressions.

## Tourism 2<sup>nd</sup> Study Year, 1<sup>st</sup> Semester

Marketing do Turismo

**Tourism Marketing**

ECTS credits: 5

Code 01100671

### Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

1. Identificar os aspetos particulares do marketing turístico 2. Explicar a estrutura do valor percebido pelo cliente como uma medida-chave para a vantagem competitiva e como um indicador da intenção de compra 3. Definir os pressupostos subjacentes à verdadeira orientação do mercado 4. Selecionar os principais métodos e ferramentas utilizados nesta área do conhecimento 5. Explicar novos horizontes no marketing assim como a sua aplicabilidade ao turismo 6. Reconhecer o papel das organizações públicas de marketing e olhar para a perspetiva do marketing na criação de valores para os diferentes *stakeholders* organizacionais 7. Realizar um plano de marketing turístico, por forma a divulgar um destino turístico

nacional

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

1. Identify the particular aspects of tourism marketing 2. Explain the structure of perceived value by the customer as a key measure for competitive advantage and as an indicator of purchase intent 3. Define the assumptions that underlie the true market orientation 4. Select the key variables methods and tools used in this area of knowledge 5. Explain new horizons in marketing and its applicability to tourism 6. Recognize the role of marketing public organizations and looks at the perspective of marketing in creating value for different organizational stakeholders 7. To carry out a touristic marketing plan, in order to publicize a national tourist destination.

### Conteúdos programáticos:

1. Enquadramento do marketing do turismo 1.1. Marketing holístico 1.2. Marketing de serviços 1.3. Marketing do turismo

2. Planeamento estratégico de marketing com aplicação ao setor do turismo 2.1. Processo de planeamento estratégico de marketing 2.2. Análise estratégica 2.3. Estudos de mercado

3. Novos horizontes do marketing e a sua aplicabilidade ao turismo 3.1. Neuromarketing 3.2. Marca 3.3. Marketing territorial 3.4. Marketing relacional 3.5. Marketing 4.0

4. O marketing do setor público para o turismo em Portugal

### Syllabus:

1. Tourism marketing framework 1.1. Holistic marketing 1.2. Service Marketing 1.3. Tourism Marketing

2. Strategic marketing planning with application to the tourism sector 2.1. Strategic marketing planning process 2.2. Strategic analysis 2.3. Market studies

3. New marketing horizons and their applicability to tourism 3.1. Neuromarketing 3.2. Brand 3.3. Territorial Marketing 3.4. Relational Marketing 3.5. Marketing 4.0

4. Public sector marketing for tourism in Portugal

Gestão Hoteleira

**Hotel Management**

ECTS credits: 6

**Code** 01100693

### Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

1. Compreender a organização legal e institucional dos empreendimentos turísticos
2. Conhecer e articular eficazmente as técnicas de Gestão Hoteleira.
3. Desenvolver competências técnicas e científicas que contribuam para a organização e avaliação de soluções teóricas, técnicas e práticas para os vários problemas com que se deparam as diversas áreas da Hotelaria.
4. Perceber profundamente a organização duma unidade hoteleira.
5. Facultar ferramentas para uma boa promoção das unidades hoteleiras. Análise e discussão de casos de estudo na Hotelaria.

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

1. Understand the legal and institutional organization of tourism enterprises.
2. Knowing and effectively articulate the hotel management techniques.
3. Develop technical and scientific skills that contribute to the organization and evaluation of theoretical, technical and practical solutions to the various problems encountered by the various areas of Hospitality.
4. Deeply understand the organization of a hotel unit.
5. Provide tools for a good promotion of hotel units.
6. Analysis and discussion of case studies in Hospitality.

### Conteúdos programáticos:

**1. Organização dos Empreendimentos Turísticos** 1.1 Contexto de mercado 1.2 Classificação e tipologias dos Empreendimentos Turísticos 1.3 Funções e categorias profissionais dentro duma unidade hoteleira 1.4. Características do Serviço Hoteleiro. 1.5. A qualidade nas empresas turísticas

**2. Gestão Hoteleira** 2.1. Gestão de Empreendimentos Turísticos 2.1. Marketing-mix na Hotelaria 2.2. Gestão do Alojamento 2.2.1. Acolhimento, Front-Office e Back-Office 2.2.2. Introdução a operações em F&B 2.3. Especificidades legais da Hotelaria 3. Estudo de Casos

### Syllabus:

**1. Organization of tourism enterprises** 1.1 Market Context 1.2 Classification and types of tourism enterprises 1.3 Professional functions and categories within a hotel unit 1.2. Characteristics of the hotel service. 1.3. Quality in tourism companies

**2. Hotel Management** 2.1. Business management 2.2. Marketing-Mix in hospitality 2.2. Management of Accommodation 2.2.1. Host, Front-Office and Back-Office 2.2.2. Introduction to Operations in F&B 2.3. Legal specifics of the Hospitality

### **3. Case studies**

Economia do Turismo

**Tourism Economics**

ECTS credits: 5

Code 01104774

### Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

O turismo é um dos mais dinâmicos setores da economia portuguesa, com um papel relevante na criação de emprego e no desenvolvimento regional. Esta unidade curricular pretende dotar os alunos de conhecimentos que lhes permitam aplicar os princípios micro e macroeconómicos para analisar o sector, conhecer os seus os efeitos na economia regional, nacional e global e fundamentar algumas decisões ao nível da gestão das organizações que operam neste sector.

Competências a desenvolver: - Descrever as organizações e as características do mercado turístico. - Analisar as condicionantes da procura e da oferta turística. - Descrever os fatores que influenciam o investimento

privado e público neste sector. - Avaliar os objetivos da política económica relativamente ao turismo. - Analisar os efeitos económicos do turismo a nível regional, nacional e global. - Descrever os efeitos ambientais do turismo e a consequente intervenção governamental

### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

Tourism is one of the most dynamic sectors in Portugal and it contributes in a great extent to the employment growth. The objectives of this module are the following: introduce students to the micro and macroeconomic principles in order to analyse the sector, understand its economic effects on the regional, national and global economy, and guide their management decisions in tourism organisations.

By the completion of this module the students will be able to: Describe the tourism organisations and the features of the tourism markets. - Analyse the factors that influence the tourism demand and supply. - Analyse the factors that contribute to both private and public investment in this sector - Evaluate the economic policy related to tourism - Analyse the economic effects of tourism at the regional, national and global levels. - Describe the environmental effects of tourism and the consequent governmental intervention

### **Conteúdos programáticos:**

1. Introdução à Economia 1.1 Definição 1.2 Macroeconomia e Microeconomia 1.3 Os Problemas da Organização Económica 1.4 O Custo de Oportunidade 1.5 O Orçamento de estado 2. As Dimensões Económicas e Sociais do Turismo 3. O mercado turístico 3.1. A procura turística 3.2. A oferta turística 3.3. Equilíbrio de mercado 4. Falhas de mercado e a intervenção do Estado 5. Novas Formas de Comércio 6. Políticas de Desenvolvimento do Turismo 7. Efeitos económicos do turismo 7.1. Economia regional 7.2. Economia nacional 7.3. Economia global 8. Principais Tendências do Turismo

### **Syllabus:**

Introduction to Economics Definition; Macroeconomics and Microeconomics; The Problems of Economic Organization; The Opportunity Cost; The State Budget; Economic and Social Dimensions of Tourism; The tourist market; Tourist demand; The tourist offer; Marketplace balance; Market failures and State intervention; New forms of trade; Tourism Development Policies; Economic effects of tourism; Regional economy; National economy; Global economy; Main Trends in Tourism

Gestão de Recursos Humanos

**Human Recourse Management**

ECTS credits: 6

**Code** 01100424

### **Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

O objetivo geral da UC de Gestão de Recursos Humanos é fornecer uma visão integrada da Gestão de Recursos Humanos (GRH) e permitir adquirir conhecimentos e competências no que respeita às suas políticas.

Espera-se que os alunos adquiram as seguintes competências:

1. Conhecer os principais aspetos de uma política de recursos humanos;
2. Compreender a importância da GRH no contexto atual das organizações e no seu desenvolvimento efetivo;
3. Conceber um plano estratégico de GRH;

4. Administrar as diversas funções de GRH, desde o recrutamento e seleção, manutenção e saída dos recursos humanos;
5. Controlar as diversas funções dos recursos humanos.

### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

The overall objective of the Human Resource Management UC is to provide an integrated view of Human Resource Management (HRM) and to enable them to acquire knowledge and skills in their policies.

Students are expected to acquire the following skills:

1. Know the main aspects of a human resources policy;
2. Understand the importance of HRM in the current context of organizations and their effective development;
3. Design an HRM strategic plan;
4. Manage the various functions of HRM, from recruitment and selection, maintenance and departure of human resources;

### **Conteúdos programáticos:**

- 1. Enquadramento da Gestão de Recursos Humanos** 1.1. O que é a Gestão de Pessoas / Recursos Humanos? 1.2. A evolução da Gestão de Recursos Humanos 1.3. Papéis e responsabilidades da Gestão de Recursos Humanos
- 2. Planeamento de Recursos Humanos** 2.1. Princípios gerais e objetivos 2.2. Modelos de planeamento de recursos humanos 2.3. O Plano de Recursos Humanos (PRH)
- 3. Descrição, Análise e Qualificação de Funções** 3.1. A Descrição e Análise de Funções (DAF) 3.1.1. Objetivos e processo da DAF 3.1.2. Métodos de recolha de informação 3.2. A Qualificação de Funções
- 4. Recrutamento e Seleção** 4.1. O processo de Recrutamento e Seleção 4.2. Fontes e tipos de Recrutamento 4.3. Métodos de Seleção
- 5. Gestão e Avaliação do Desempenho** 5.1. A Avaliação do Desempenho como sistema 5.2. Métodos de avaliação de desempenho 5.3. Resultados da avaliação de desempenho
- 6. Carreiras Profissionais** 6.1. Teorias e modelos de carreira 6.2. Gestão e desenvolvimento de carreiras
- 7. Formação e Desenvolvimento** 7.1. Modalidades e processos formativos 7.2. O ciclo da formação
- 8. Gestão da Remuneração** 8.1. Objetivos e componentes de um sistema de recompensas 8.2. Sistemas de recompensa e motivação

### **Syllabus:**

- 1. Human Resources Management Framework** 1.1. What is People Management / Human Resources? 1.2. The Evolution of Human Resource Management 1.3. Human Resources Management Roles and Responsibilities
- 2. Human Resource Planning** 2.1. General principles and objectives 2.2. Human resource planning models 2.3. The Human Resources Plan (HRP)
- 3. Description, Analysis and Qualification of Functions** 3.1. Description and Analysis of Functions (DAF) 3.1.1. DAF Objectives and Process 3.1.2. Information Collection Methods 3.2. The Qualification of Functions
- 4. Recruitment and Selection** 4.1. The Recruitment and Selection Process 4.2. Recruitment Sources and Types 4.3. Selection Methods
- 5. Management and Performance Evaluation** 5.1. Performance Appraisal as a System 5.2. Performance Appraisal Methods 5.3. Performance appraisal results
- 6. Professional Careers** 6.1. Career Theories and Models 6.2. Career Development & Management
- 7. Training and Development** 7.1. Modalities and formative processes 7.2. The cycle of formation
- 8. Remuneration Management** 8.1. Objectives and components of a reward system 8.2. Reward and Motivation Systems



Inglês 3	
English 3	
ECTS credits: 4	Code 01100736

### Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Espera-se que os alunos consolidem o nível A2 e adquiram o B1 em inglês, adquirindo conhecimentos sobre cada unidade: Alojamento, Marketing e promoção e a Indústria aérea.

O aluno deve ser capaz de: - Compreender a importância da Língua Inglesa no seu percurso científico; - Adquirir vocabulário e conhecimentos sobre a área do Turismo de cada unidade; - Compreender e produzir textos simples (escritos e orais) sobre os temas de cada unidade; - Desenvolver a aquisição de competências comunicativas na área do turismo, com especial destaque no desenvolvimento da capacidade de aplicação desses conhecimentos a situações académicas e profissionais.

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

Students are expected to consolidate the A2 level and attain B1 level of English and acquire knowledge about each unit: accommodation, marketing and promotion and airline industry.

The main objectives are: - to understand the importance of the English language in their professional career; - to acquire vocabulary and knowledge about tourism, according to the units studied in class; - to understand and produce simple texts (written and oral) on the theme of each unit; - to develop the acquisition of communicative competences, in the areas of tourism studied in class, with emphasis on developing the capacity to apply that knowledge in academic and professional situations.

### Conteúdos programáticos:

#### Alojamento

Types of tourists accommodation  
Hotel services and facilities  
Describing location  
Taking accommodation enquiries and bookings by phone

#### Marketing e promoção

What is marketing?  
Describing strengths and weaknesses  
The language of advertising  
Sales promotion techniques

#### A indústria aérea

Expressing degrees of like/dislike  
Developments in the airline industry  
Flying, traditional Airlines and low-cost airlines

### Syllabus:

#### Accommodation

Types of tourist's accommodation  
Hotel services and facilities  
Describing location  
Taking accommodation enquiries and bookings by phone

#### Marketing and promotion

What is marketing?  
Describing strengths and weaknesses  
The language of advertising  
Sales promotion techniques

#### The airline industry

Expressing degrees of like/dislike  
Developments in the airline industry

Flying, traditional Airlines and low-cost airlines

Espanhol 1

Spanish 1

ECTS credits: 4

Code 01100725

### Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Em Espanhol 1, centrar-nos-emos em desenvolver a compreensão oral e escrita e a expressão oral para permitir interações simples no contexto da indústria do Turismo e atingir, assim, o nível A 1. Os principais objetivos são: Descrever-se ou descrever alguém (informação pessoal, aparência, personalidade, competências, gostos, rotina quotidiana, CV) Saber contar e escrever números por extenso. Saber ter conversas telefónicas e por email. Descrever ações no presente. Expressar opiniões

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

The objective is to develop in students' competences in Spanish for Tourism in the domains of "knowing", "knowing how" to use it, "knowing to be".

In Spanish 1, we will focus on oral and written comprehension, and oral expression for facilitating simple interactions in the context of the industry of Tourism, acquiring the A 1 level.

The main objectives are: Describing oneself (personal information, physical appearance, personality, skills, daily routine, CV) Know how to count and write numbers Have phone calls and communicate by email. Describe actions in the present Give one's opinion

### Conteúdos programáticos:

Seguimos a ordem e conteúdos propostos pelo manual Cinco Estrellas, Español para el Turismo, SGEL. Este material é constantemente complementado com outro material real, por exemplo retirado da Internet (artigos, vídeos, canções, mapas, etc.).

#### 1º Modulo Llamadas y Saludos

#### 2º Email

#### 3º Relacionarse

Vocabulário: Turismo (aeroporto, hotel, restaurante)

Gramática: Números, fechas, hora, alfabeto, substantivo, género y numero, artículos, demostrativas, posesivos, presente de indicativo, imperativo, expressões verbais (ir + a; estar + gerúndio), pronombres personales, pronombres de complemento directo e indirecto verbos como gustar, preposiciones y adverbios de cantidad.

### Syllabus:

We follow the order and contents of the book Cinco Estrellas, Español para el Turismo, SGEL. We constantly complement this material with real material from the web for instance (articles, songs, videos, etc).

#### 1- Calling

Start and end a phone call

Handling phone calls

Understanding numbers and addresses

Set a meeting

Confirm information

Get and leave messages

#### 2 - Email

Contacting others for the first time

Change the plans

Complain by email

Ask for a bill

Apologizing

Thanking

#### 3 - Getting to know each other

Start and end a conversation  
Make, accept or not an invitation  
Talk about feelings  
Describe someone  
Introducing people  
Talking about likes and dislikes

Vocabulary: Tourism (airport, hotel, restaurant)

Grammar: Numbers, dates, hours, alphabet, nouns - gender and number, articles, demonstratives, possessives, present tense, imperative, verbal expression (ir + a; estar + gerundio); personal pronouns, pronouns OD and OI, verbs like "gustar", prepositions and adverbs of quantity.

## Tourism 2nd Study Year, 2nd Semester

Organização e Gestão de Eventos

**Events Organisation and Management**

ECTS credits: 6

Code 01100753

### Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

1. Compreender o fenómeno dos eventos, bem como o seu contributo como fator estratégico para o desenvolvimento do turismo;
2. Fornecer instrumentos metodológicos para o planeamento e organização de eventos turísticos;
3. Facultar ferramentas para uma boa promoção dos eventos;
4. Proporcionar ferramentas para a captação e criação de eventos nacionais, regionais e internacionais;
5. Conhecer e articular eficazmente as técnicas de gestão de eventos;
6. Saber caracterizar, planear e organizar um evento nos seus aspetos administrativos, comerciais, operacionais e financeiros;
7. Conhecer as regras de protocolo ao nível do contacto social no dia-a-dia, e em situações de maior formalidade conforme as oportunidades profissionais.

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

1. Understand the phenomenon of events, as well as their contribution as a strategic factor for the tourism development;
2. Provide methodological tools for the planning and organization of touristic events;
3. Provide tools for a good events promotion;
4. Provide tools to the capture and creation of national, regional and international events;
5. Meet and effectively articulate event management techniques;
6. Know how to characterize, plan and organize an event in its administrative, commercial, operational and financial aspects;
7. Knowing the rules of protocol to the level of daily social contact, and in situations of greater formality as professional opportunities

### Conteúdos programáticos:

1. Eventos turísticos 2. Eventos, turismo e desenvolvimento 3. Planeamento e gestão de eventos 4. Protocolo em eventos 5. Projeto de um evento

### Syllabus:

#### 1. Tourist Events

1.1. Concepts, classification and study of the events

- 1.2. Specificity of activity
- 1.3. The event Manager

## 2. Events, tourism and development

- 2.1. impact of events
- 2.2. Events and Tourist Destination image

## 3. Planning and management of events

- 3.1. Planning and management of tourist events
- 3.2. Obtaining planned resources
- 3.3. Teams Coordination
- 3.4. Evaluation of the event

## 4. Protocol events

- 4.1. Social and business protocol
- 4.2. National and international protocol

## 5. Event Project

Desenvolvimento de Produtos Turísticos

**Tourism Product Development**

ECTS credits: 5

**Code** 01100826

### Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Conhecer a multiplicidade de stakeholders em termos de oferta turística, salientando a influência dos dos territórios e lugares (destinos turísticos) na organização do produto. Analisar a realidade na perspetiva da cadeia de produtos turísticos. Compreender a reciprocidade da relação entre a oferta e a procura turística nas diferentes escalas e variáveis. Articular a geração milénio e o crescente mercado sénior. Contribuir para a criatividade e inovação do paradigma do desenvolvimento, promoção e comercialização de produtos turísticos, incluindo o processamento da gamificação.

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed:

1. To know the multiplicity of stakeholders in terms of tourism offer, highlighting the influence of territories and places (tourist destinations) in the organization of the product. 2. Analyse the reality from the perspective of the tourist products chain. 3. Understand the reciprocity of the relationship between tourism supply and demand in the different scales and variables. 4. Articulate the millennial generation and the growing senior market. 5. Contribute to the creativity and innovation of the paradigm of development, promotion and marketing of tourism products, including the processing of gamification

### Conteúdos programáticos:

1. Produtos turísticos e especificidades
2. Cadeia de produtos turísticos
3. A gamificação na competitividade dos destinos turísticos
  - 3.1 Processos de implementação
  - 3.2 Aplicações
  - 3.3 Atividades gamificadas
  - 3.4 Abordagem da gamificação
4. Projetos de desenvolvimento turístico
  - 4.1 Estudo de casos
5. Estratégia de desenvolvimento dos produtos turísticos
  - 5.1 Restrições, constrangimentos e sinergias
  - 5.2 Evolução demográfica na Europa: constrangimentos, desafios e oportunidades
  - 5.3 Turismo: relevância no desenvolvimento da economia
  - 5.4 As questões estruturais
  - 5.5 Estratégia de turismo 2027

## Syllabus:

### Tourism products and specificities

- 1.1 Typologies in the destination Portugal
- 1.2 Benchmarking as a key tool in tourism product planning
- 1.3 Trends in international markets: strategic opportunities for tourism products
- 1.4 Millenium generation and the growing Senior Market

### Tourism product chain

- 2.1 Product innovation in the tourism economy
- 2.2 Development of new products, new segments and new services
- 2.3 The local population in the generation of wealth
- 2.4 The attraction and implantation of productive enterprises
- 2.5 Inclusive tourism public policies

### 3.Gamification in the competitiveness of tourist destinations

- 3.1 Implementation processes
- 3.2 Applications
- 3.3 Gamification activities
- 3.4 Approach to gamification

### 4.Tourism development projects

- 4.1Case studies

### 5.Tourism product development strategy

- 5.1 Constraints and synergies
- 5.2 Demographic trends in Europe: constraints, challenges and opportunities
- 5.3 Tourism: relevance in the development of the economy
- 5.4 The structural issues
- 5.5 Tourism strategy 2027

Planeamento Turístico

### Tourism Planning

ECTS credits: 5

Code 01104780

### Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

1. Compreender a evolução do planeamento e correspondente importância na organização do espaço urbano e no espaço turístico
2. Reconhecer a relevância do ordenamento territorial do turismo
3. Conhecer instrumentos de gestão territorial
4. Compreender o enquadramento, a evolução conceptual e importância do desenvolvimento
5. Reconhecer a importância da acessibilidade e do produto Turismo Acessível

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed:

1. Understand the evolution of planning and corresponding importance in the organization of the urban space and the tourist space
2. Recognize the relevance of the territorial planning of tourism
3. To know territorial management instruments
4. Understand the framework, conceptual evolution and importance of development
5. Recognize the importance of accessibility and the product Accessible Tourism

### Conteúdos programáticos:

1 PLANEAMENTO 2 ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO 3 DESENVOLVIMENTO 4 A ACESSIBILIDADE NO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

**Syllabus:****1 PLANNING**

1.1 Conceptual evolution

1.2 Typologies and scales of planning

1.3 Territorial space and tourist space

1.3.1 Urban space and tourism

1.4 The importance of planning for the preservation of tourism resources

1.5 The importance of the tourism product life cycle study in the strategic planning and territorial planning of tourism

**2 TERRITORIAL PLANNING**

2.1 Concepts, principles and objectives of spatial planning

2.2 Territorial management systems and instruments

2.2.1 Territorial management instruments in Portugal

2.3 Territorial planning of tourism and national tourism policy

2.4 The importance of territorial tourism planning in the strategic planning of tourism development

2.4.1 The spatial planning of tourism and the limits to tourism development

2.5 Quality and sustainability indicators

2.6 The practical context of strategic tourism planning

**3 DEVELOPMENT**

3.1 Framework and conceptual evolution

3.1.1 Thinking, planning and strategic management in the development process

3.2 Sustainable development

3.3 Tourism development

**4 ACCESSIBILITY IN TOURISM DEVELOPMENT**

4.1 The importance communication ways and urban space planning in the territorial planning of the tourism

4.2 Accessible Tourism

4.2.1 Conceptualization, institutional and legal framework

4.2.2 The importance of the product Accessible Tourism for tourism development

4.2.3 Practical context of Accessible Tourism

Espanhol 2

Spanish 2

ECTS créditos: 4

Code

01100781

**Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

O Espanhol II tem como principal objetivo dotar os alunos de uma ferramenta essencial para o seu sucesso no domínio da sua carreira académica e profissional.

Esta Unidade Curricular procura dar continuidade à disciplina Espanhol I e consolidar nos alunos competências e conhecimentos da língua espanhola no domínio do saber, do saber utilizar e do saber ser relacionado com a indústria do Turismo.

Para desenvolver competências comunicativas e culturais em Espanhol e atingir o nível A2 do QECR, os principais objetivos são:

1. Falar de trabalho e dinheiro
2. Ser capaz de falar em reuniões e expressar os pontos de vista
3. Falar de lazer (cidades, comida, desporto, atividades culturais)
4. Comunicar em contextos de viagens (aeroporto, hotel, dar indicações, comprar, etc.)

### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

Spanish II aims giving students an essential tool for their success in their academic and professional careers. The objectives are to follow up with the work done in Spanish I and to develop in students' competences in Spanish related to the tourism industry in the domains of "knowing", "knowing how" to use it, "knowing to be". Spanish II aims at attaining the A2 level (CEFR).

To develop communicative and cultural competences in Spanish level A2 (CEFR) for the academic and professional field, the main objectives are:

1. Talk about money and work
2. Talking in a meeting, expressing one's opinions
3. Talking about leisure (cities, food, spots, cultural events)
4. Communicate when travelling (airports, hotels, cities)

### Conteúdos programáticos:

1. El trabajo y el dinero 2. Reuniones 3. Ocio 4. Viajando

Gramática: Tempos do pasado (préterito perfecto, imperfecto e indefinido), Futuro e Subjuntivo

### Syllabus:

We follow the order and contents of the book *Cinco Estrellas, Español para el Turismo*, SGEL. We always complement this material with real material from the web for instance.

1. Work and money
  - 1.2. Job interview
  - 1.3 Describe trends
  - 1.4 Make a simple presentation
2. Meetings
  - 2.1. Ask explanations
  - 2.2 Talking about options
  - 2.3 Show agreement or disagreement
  - 2.4 Answering vaguely
  - 2.5 Summing up information
3. Leisure time
  - 3.1. Talking about spots, food and drinks, culture and the city
  - 3.2. Talking about hobbies
4. Travelling
  - 4.1. Solving problems at the airport
  - 4.2 Talking at a hotel
  - 4.3 Asking, giving and understanding directions
  - 4.4. Surviving in a taxi
  - 4.5. Asking and offering help
  - 4.6. Shopping

Grammar: Verb tenses of the Past (préterito perfecto, imperfect e indefinido). Future, Subjuntive

Inglês 4

English 4

ECTS credits: 4

Code 01100792

### Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Inglês IV tem como principal objetivo dotar os alunos de uma ferramenta essencial para o seu sucesso no domínio da sua carreira académica e profissional.

Espera-se que os alunos consolidem o nível A2 e adquiram o B1 em inglês, adquirindo conhecimentos sobre cada unidade: Alojamento, Marketing e promoção e a Indústria aérea.

O aluno deve ser capaz de:

- compreender a importância da Língua Inglesa no seu percurso científico;

- Adquirir vocabulário e conhecimentos sobre a área do Turismo de cada unidade;
- Compreender e produzir textos simples (escritos e orais) sobre os temas de cada unidade;
- Desenvolver a aquisição de competências comunicativas na área do turismo, com especial destaque no desenvolvimento da capacidade de aplicação desses conhecimentos a situações académicas e profissionais

#### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

English IV aims at giving students an essential tool for their success in their academic and professional careers. Students are expected to consolidate the A2 level and attain B1 level of English and acquire knowledge about each unit: accommodation, marketing and promotion and airline industry.

The main objectives are:

- to understand the importance of the English language in their professional career;
- to acquire vocabulary and knowledge about tourism, according to the units studied in class;
- to understand and produce simple texts (written and oral) on the theme of each unit;
- to develop the acquisition of communicative competences, in the areas of tourism studied in class, with emphasis on developing the capacity to apply that knowledge in academic and professional situations.

#### **Conteúdos programáticos:**

Seguimos a ordem do manual Career Paths for tourism:

- 1 - Cultural differences
- 2 - Travel packages
- 3 - Giving directions
- 4 - Getting to and from the airport
- 5 - Talking about the weather
- 6 - International travel
- 7 - Airport security
- 8 - Airport procedures
- 9 - Travel delays
- 10 - Where's my baggage?

#### **Syllabus:**

We followed the book Career Paths for Tourism:

- 1 - Cultural differences
- 2 - Travel packages
- 3 - Giving directions
- 4 - Getting to and from the airport
- 5 - Talking about the weather
- 6 - International travel
- 7 - Airport security
- 8 - Airport procedures
- 9 - Travel delays
- 10 - Where's my baggage?

~



**Empreendedorismo**

**Entrepreneurship**

ECTS credits: 6

Code

01104805

**Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Pretende-se que os Estudantes compreendam o funcionamento de uma organização num contexto de uma atmosfera empreendedora: resolver problemas ou identificar oportunidades e transformá-las num negócio.

Esta unidade curricular tem por objetivo desenvolver **competências** nos seguintes domínios:

B1. Identificar uma ou mais oportunidades de mercado e fontes de ideias inovadoras.

B2. Demonstrar capacidade para validar a viabilidade da ideia apresentada nos diversos momentos de avaliação (pitch) e o respetivo modelo de negócio escolhido, tendo em conta o comportamento do mercado (concorrência).

B3. Aplicar o modelo de Canvas e "desenhar" um modelo de negócio sustentável através de técnicas inovadoras, eficazes e eficientes.

B4. Estruturar e redigir um *Business Case* e um *Business Plan*.

B5. Preparar e comunicar adequadamente num Pitch.

B6. Decidir como financiar o Projeto empresarial apresentado.

B7. Validar a viabilidade da ideia e o respetivo modelo de negócio escolhido.

B8. Defender o *Business Case* e um *Business Plan* perante júri.

**Capacidade para o estudo empreendedorismo:**

C1. Perceber e explicar as semelhanças e as diferenças dos distintos conceitos de empreendedorismo.

C2. Entender as diferenças entre um *Business Case* e um *Business Plan*.

C3. Saber medir o grau de inovação da ideia apresentada.

C4. Aplicar conceitos, modelos e *frameworks* apresentados.

C5. Reunir, analisar aplicar e avaliar a informação disponibilizada aos Estudantes.

**Capacidade crítica:**

D. Identificar os pontos fortes do *Business Case* e do *Business Plan* analisados, mas também, perceber as limitações dos mesmos.

**Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

It is intended that students understand the functioning of an organization in the context of an entrepreneurial atmosphere: solving problems or identifying opportunities and transforming them into a profitable business.

This curricular unit aims to develop skills in the following areas:

**Ability to analyze and synthesize:**

Identify one or more market opportunities and sources of innovative ideas.

Demonstrate the ability to validate the viability of the idea presented in the various moments of assessment (pitch) and the respective chosen business model, taking into account the market's behavior (competition).

Apply the Canvas model and "design" a sustainable business model through innovative, effective and efficient techniques.

Structure and write a Business Case and a Business Plan.

Prepare and communicate properly in a pitch.

Decide how to finance the submitted Business Project.

Validate the viability of the idea and the respective business model chosen.

Defend the Business Case and a Business Plan before the jury.

**Ability to study entrepreneurship:**

Understand and explain the similarities and differences of the different concepts of entrepreneurship.

Understand the differences between a Business Case and a Business Plan.

Know how to measure the degree of innovation of the presented idea.

Apply concepts, models and frameworks presented.

Gather, analyze, apply and evaluate the information made available to Students.

**Critical capacity:**

Identify the strengths of the Business Case and Business Plan analyzed, but also, realize their limitations.

**Conteúdos programáticos:**

1. Da Ideia à Oportunidade. Reflexão sobre o problema/oportunidade (incubar a ideia).
2. Teste de hipóteses. Qual será o algoritmo lógico do modelo de negócio: pessoal e empresarial?
3. Da oportunidade ao modelo de negócios/oportunidade profissional. Validação das hipóteses.
4. Consolidação do problema ou da oportunidade. Team e Market Driven.
5. Consolidação da ideia. Design Thinking.
6. Workshop: Como fazer um pitch com sucesso?
7. Elevator pitch para apresentação do modelo de negócios (10 minutos)
8. Metodologia para a elaboração de um Business Case Roadmap.
9. Elaboração de um Master Plan.
10. Workshop: Plano de negócios ou Business Case Roadmap.
11. Short form pitch para apresentação modelo de negócio (15 minutos)
12. Workshop: Definição do modelo societário? Pacto e social e contratos de trabalho.
13. Consolidação do Plano de negócios (incubar o projeto).
14. Workshop: Financiamento e apoios a um projeto?
15. Projeto de financiamento (simulação)
16. Long form Pitch com investidores (20 minutos).

**Syllabus:**

1. From Idea to Opportunity. Reflection on the problem / opportunity (incubate the idea).
2. Hypothesis testing. What will be the logical algorithm of the business model: personal and business?
3. From opportunity to business model / professional opportunity. Validation of hypotheses.
4. Consolidation of the problem or opportunity. Team and Market Driven.
5. Consolidation of the idea. Design Thinking.
6. Workshop: How to pitch successfully?
7. Elevator pitch for presenting the business model (10 minutes)
8. Methodology for the elaboration of a Business Case Roadmap.
9. Elaboration of a Master Plan.
10. Workshop: Business Plan or Business Case Roadmap.
11. Short form pitch for business model presentation (15 minutes)
12. Workshop: Definition of the corporate model? Pact and social and employment contracts.
13. Consolidation of the Business Plan (incubate the project).
14. Workshop: Financing and support for a project?
15. Financing project (simulation)
16. Long form Pitch with investors (20 minutes).

**Animação Turística**

**Tourism Animation**

**ECTS credits: 5**

**Code**

**01100837**

**Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

1. Identificar os conceitos da prática do lazer, recreio e turismo.
2. Compreender o fenómeno da animação, bem como o seu contributo para o desenvolvimento das regiões e valorização do património.
3. Conhecer e articular eficazmente as técnicas de animação.
4. Fornecer instrumentos metodológicos para o planeamento e organização de atividades de animação turística.

5. Facultar ferramentas para uma boa promoção das atividades de animação turística

### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

1. Identify the concepts of the practice of leisure, recreation and tourism.
2. Understand the phenomenon of animation, as well as its contribution to the development of regions and valorization of heritage.
3. To know and articulate effectively the techniques of animation.
4. Provide methodological tools for the planning and organization of activities of tourist animation.
5. Provide tools for a good promotion of tourist entertainment activities.

### **Conteúdos programáticos:**

#### **1. Lazer, recreio e turismo**

- 1.1 Relação entre lazer, recreio e turismo
- 1.2 Motivações turísticas e a importância da animação
- 1.3 A economia das experiências na animação turística

#### **2. Animação turística e desenvolvimento**

- 2.1. Animação Turística: Conceitos e paradigmas
- 2.2. Objetivos e finalidades da animação turística
- 2.3. Animação turística e desenvolvimento: impactos
- 2.4. Legislação da Animação Turística

#### **3. O animador**

- 3.1. Características e Competências do Animador Turístico
- 3.2. A Animação Turística na Hoteleira e no Turismo

#### **4. Atividades de animação turística**

- 4.1. Planificação e Organização de Atividades de Animação Turística

#### **5. Projeto de animação turística**

### **Syllabus:**

#### **1. Leisure, recreation and tourism**

- 1.1 Relationship between leisure, recreation and tourism
- 1.2 Tourist motivations and the importance of animation
- 1.3 The realms of experience in tourism animation

#### **2. Tourist animation and development**

- 2.1. Tourist animation: Concepts and Paradigms
- 2.2. Objectives and purposes of tourist animation
- 2.3. Tourist animation and development: impacts
- 2.4. Tourist animation legislation

#### **3. The animator**

- 3.1. Characteristics and skills of the tourist animator
- 3.2. Tourist entertainment in hotel and tourism

#### **4. Activities of tourist animation**

- 4.1. Planning and organization of tourist animation activities

#### **5. Tourist Animation Project**

<b>Gestão de Destinos Turísticos</b>	
<b>Tourism Destination Management</b>	
<b>ECTS credits: 5</b>	<b>Code 01100848</b>

### **Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

1. Definir os principais conceitos associados à gestão de destinos turísticos;
2. Avaliar o papel e a importância dos destinos turísticos no contexto do desenvolvimento sustentável dos territórios;
3. Identificar as oportunidades e desafios dos destinos turísticos em Portugal;
4. Diferenciar as fases de construção da experiência da marca dos Destinos Turísticos;
5. Reconhecer a construção do branding de destinos turísticos;
6. Diferenciar os casos de sucesso de "destination branding";
7. Compreender o papel dos stakeholders na gestão de destinos turísticos;
8. Reconhecer a importância dos destinos turísticos acessíveis.
9. Definir os fatores chave para o sucesso das smart destinations.

### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

1. Define the key concepts associated with the management of tourist destinations;
2. Evaluate the role and importance of tourist destinations in the context of sustainable development of territories;
3. Identify the opportunities and challenges of tourist destinations in Portugal;
4. Differentiating the phases of construction of the Tourist Destinations brand experience;
5. Recognize the construction of the branding of tourism destinations;
6. Differentiate the successes of "destination branding";
7. Understand the role of stakeholders in the management of tourist destinations;
8. Recognize the importance of accessible tourist destinations;
9. Define the key factors for the success of smart destinations.

### **Conteúdos programáticos:**

#### **INTRODUÇÃO À GESTÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS**

#### **II. DESTINATION BRANDING**

#### **III. O PAPEL DOS STAKEHOLDERS NA GESTÃO DOS DESTINOS TURÍSTICOS.**

#### **IV. GESTÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS ACESSÍVEIS**

#### **V DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES - SMART DESTINATIONS**

### **Syllabus:**

#### **I. INTRODUCTION TO TOURIST DESTINATIONS MANAGEMENT**

##### **1.1. Characterization of Tourist Destinations.**

###### **1.1.1 Concepts;**

###### **1.1.2 Functions;**

###### **1.1.3 Components;**

###### **1.1.4 Agents;**

##### **1.2 The importance of Tourism Destination Management Models for the territories.**

##### **1.3. The role of Tourist Destination Management Organizations (DMO`s).**

##### **1.4. Opportunities and challenges of tourist destinations in Portugal.**

#### **II. DESTINATION BRANDING**

##### **2.1 Brand Management Tourist Destinations.**

##### **2.2. The phases of construction of the experience of the brand of Tourist Destinations.**

##### **2.3. Brand Identity.**

##### **2.4. Perceived Quality.**

##### **2.5. Tourist Satisfaction.**

##### **2.6. Tourist Loyalty.**

##### **2.7. Success cases of "Destination Branding".**

##### **2.8. The branding of the destinations "Portugal" and "Porto and North".**

### III. THE ROLE OF STAKEHOLDERS IN THE MANAGEMENT OF TOURIST DESTINATIONS.

3.1. Evaluation and monitoring of the "Destination Branding".

3.2 The importance of brand management: Globalization, Competitiveness, Positioning, Differentiation, sustainability.

3.3. The actors: Government, Citizens, Business and Business in proactive image management.

### IV. MANAGEMENT OF ACCESSIBLE TOURISM DESTINATIONS

4.1 Demand and Market Value of Affordable Tourism Destinations.

4.2 Areas of strategic intervention of Accessible Tourism.

4.3 Accessible Tourism Networks.

4.4 Accessible Tourism in Portugal.

4.5 The "All for All" program.

### V INTELLIGENT TOURIST DESTINATIONS - SMART DESTINATIONS

5.1 Characterization of Intelligent Tourist Destinations.

5.1.1 Policies;

5.1.2 Technology;

5.1.3 Innovation;

5.1.4 Marketing;

5.1.5 Sustainable development;

5.1.6 Accessibility;

5.2 Tourism Planning: Smart Cities and Smart Destinations.

5.2.1 Portugal a "Smart Destination" in Tourism.

#### Rotas e Itinerários Turísticos

#### Itineraries and Tourism Routes

ECTS credits: 4

Code

01104816

#### Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Pretende-se reforçar os conhecimentos teóricos e práticos sobre a importância que as rotas e itinerários turísticos têm nos processos de desenvolvimento, tanto territoriais (regional e local) como setoriais, sobretudo na atividade turística. Tal implica prosseguir dois objetivos complementares:

a) Apresentar e debater matérias que permitam aprofundar temas como:  
. Compreender os principais conceitos sobre Rotas e Itinerários Turísticos;  
. Distinguir as várias Rotas Temáticas e potencializar o território  
. Compreender o planeamento e conceção de rotas e itinerários turísticos

b) Adquirir competências práticas a partir da análise de algumas rotas de referências, territoriais e temáticas, nacionais e internacionais e de exercícios de planeamento de rotas turísticas.

#### Objectives of the curricular unit and competences to be developed

It is intended to reinforce the theoretical and practical knowledge about the importance that tourist routes and itineraries have in the development processes, both territorial (regional and local) and sectoral, especially in tourism. This involves pursuing two complementary objectives:

a) To present and discuss matters that allow to deepen topics such as:  
. Understand the main concepts about Tourist Routes and Itineraries;  
. Distinguish the various Thematic Routes and enhance the territory  
. Understand the planning and design of tourist routes and itineraries

b) Acquire practical skills from the analysis of some reference routes, territorial and thematic, national and international and tourist route planning exercises.

**Conteúdos programáticos:**

1. As Rotas e os Itinerários Turísticos: introdução conceptual
2. Tipologias e aplicações do conceito de Rota e de Itinerário Turístico
3. Principais Itinerários e circuitos Nacionais e Internacionais
4. Novas Tendências da Oferta e Procura Turísticas.
5. Planeamento e conceção de rotas e itinerários turísticos
- 5.1. Metodologias e abordagem
- 5.2. Construção de Itinerários Específicos
- 5.3. Elaboração de Rotas temáticas
- 5.4. Análise crítica de itinerários
6. Estudos de caso

**Syllabus:**

1. Tourist Routes and Itineraries: conceptual introduction
2. Typologies and applications of the concept of Route and Tourist Itinerary
3. Main National and International Itineraries and Circuits
4. New Trends in Tourism Supply and Demand.
5. Planning and design of tourist routes and itineraries
- 5.1. Methodologies and approach
- 5.2. Construction of Specific Itineraries
- 5.3. Preparation of thematic routes
- 5.4. Critical analysis of itineraries
6. Case studies

**Tourism**  
**3rd Study Year, 2nd Semester**

**Turismo de Saúde e Bem-Estar****Health and Wellness Tourism**

ECTS credits: 4

Code

01104827

**Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Os principais objetivos da unidade curricular de Turismo de Saúde e Bem-estar assentam na aprendizagem de conhecimentos por parte do aluno de modo a:

- Perceber os principais conceitos que compõem esta disciplina;
- Compreender o quadro evolutivo do conceito de saúde e bem-estar e a sua associação com a prática turística;
- Analisar as diferentes componentes da oferta do turismo de saúde e bem-estar numa perspetiva dinâmica da sua evolução;
- Analisar a evolução das motivações da procura de turismo de saúde e bem-estar;
- Perceber as diferenças existentes entre o turismo de saúde e bem-estar em Portugal e as novas formas de turismo de saúde e bem-estar em outros países com grande procura internacional;
- Identificar forças motoras associadas à evolução do turismo de saúde e bem-estar.

**Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

The main objectives of the Health Tourism and Wellness curricular unit are based on learning knowledge by the student in order to:

- Understand the main concepts that make up this discipline;
- Understand the evolutionary framework of the concept of health and well-being and its association with tourism practice;
- Analyze the different components of the health and well-being tourism offer from a dynamic perspective of

its evolution;

- Analyze the evolution of the motivations of the demand for health and wellness tourism;
- Understand the differences between health and wellness tourism in Portugal and the new forms of health and wellness tourism in other countries with great international demand;
- Identify motor forces associated with the evolution of health and well-being tourism

**Conteúdos programáticos:**

1. Conceito do turismo de saúde e bem estar
2. Evolução do turismo de saúde e bem estar em Portugal e no mundo
3. A oferta do turismo de saúde e bem estar em Portugal
4. A procura termal em Portugal
5. A revitalização das termas enquanto centros turísticos
6. Novas tendências do turismo de saúde e bem-estar

**Syllabus:**

1. Concept of health and well-being tourism
2. Evolution of health and well-being tourism in Portugal and around the world
3. The offer of health and well-being tourism in Portugal
  - 3.1 Thermalism
    - 3.1.1 The spatial distribution of Portuguese thermal resorts
    - 3.1.2 Minero-medicinal waters and their therapeutic purposes
    - 3.1.3 The importance of the factors of the surrounding environment
  - 3.2 Thalassotherapy
  - 3.3 The SPAS
  - 3.4 Medical and aesthetic tourism
4. Thermal demand in Portugal
  - 4.1 Study of motivations
  - 4.2 Seasonality in thermalism
5. The revitalization of the spa as tourist centres
  - 5.1 The tourist planning of thermal localities
  - 5.2 The provision of new services
  - 5.3 New ways of managing thermal enterprises
6. New trends in health and wellness tourism
  - 6.1 Changes in the needs of individuals
  - 6.2 Further adjustments of services to demand needs
  - 6.3 New product positioning

**Técnicas de Negociação e Liderança**

**Negotiation Skills and Leadership**

**ECTS credits: 6**

**Code**

**01100539**

**Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver**

Com a unidade curricular de Técnicas de Negociação e Liderança pretende-se dar a conhecer conceitos fundamentais na área da psicologia das organizações de forma a que os alunos desenvolvam conhecimentos e competências fundamentais à compreensão e gestão eficaz do comportamento humano em contexto organizacional.

Assim, pretende-se que os alunos sejam capazes de:

1. Compreender a evolução do pensamento em gestão, dando particular relevo ao contexto teórico de emergência do estudo de variáveis psicossociológicas: liderança, motivação, conflito e negociação;
2. Desenvolver técnicas e estratégias de motivação dos recursos humanos em contexto organizacional;

3. Compreender o impacto de diferentes tipos de liderança na gestão dos Recursos Humanos em contexto organizacional;
4. Promover comportamentos, técnicas e estratégias facilitadoras de estilos de liderança eficaz em contexto organizacional;
5. Entender que o conflito organizacional pode ser perspetivado num sentido proativo;
6. Compreender o processo de conflito das organizações;
7. Perceber como se faz a mediação e arbitragem na negociação em contexto organizacional;
8. Compreender o processo da negociação em contexto organizacional;
9. Adotar técnicas e estratégias de negociação em contexto organizacional.

#### **Objectives of the curricular unit and competences to be developed**

The Negotiation and Leadership Techniques discipline aims to teach the fundamental concepts of organizations psychology, so that students are able to develop fundamental knowledge and skills leading to the understanding of human behavior in organizational contexts.

Students will be able to:

1. Understand the evolution of thinking in management, giving particular attention to the theoretical context of emergence of the study of psychosociological variables: leadership, motivation, conflict and negotiation;
2. Develop motivation techniques and strategies in human resources in organizational contexts;
3. Understand the impact the different types of leaderships in manage of human resources;
4. Promoting behaviour, techniques and strategies to ensure effective styles of leadership in organizational contexts;
5. Understand that organizational conflicts can be viewed in positive way;
6. Understand the conflict process in organizations;
7. Understand mediation and arbitrage of negotiation processes in organizational context;
8. Understand the process of negotiation in organizational context;
9. To adopt negotiation techniques and strategies in organizational context.

#### **Conteúdos programáticos:**

1. Do paradigma da gestão clássica ao paradigma da escola das relações humanas: caracterização e contraste
2. Motivação e satisfação no trabalho
3. Liderança
4. Conflito
5. Negociação

#### **Syllabus:**

- 1. The paradigm of Scientific Management of from the paradigm of human relations: characterization and contrast**
- 2. Motivation and job satisfaction**
  - 2.1. What is the motivation
  - 2.2. Needs and motivation
  - 2.3. Job satisfaction
- 3. Leadership**
  - 3.1. Concept of Leadership
    - 3.1.1. Leadership versus management: differences
    - 3.1.2. Leadership and organizational efficacy
  - 3.2. Main approaches of Leadership
    - 3.2.1. Traits Theory
    - 3.2.2. Behavioral Theory
    - 3.2.3. Contingency Theory
  - 3.3. Transformational leadership and transactional leadership
  - 3.4. News contributes of Traits Theory
- 4. Conflict**
  - 4.1 Notion of Conflict
  - 4.2 Conflict: traditional and modern perspective
  - 4.3. Types of conflict
  - 4.4. Perspective of conflict
  - 4.5. Conflict and performance
  - 4.6. Advantages of Conflict
  - 4.7. Causes of conflict within organizations
  - 4.8. The process of conflict in organizations
- 5. Negotiation**
  - 5.1. The basic concepts of negotiation
  - 5.2. The preparation of the negotiation
  - 5.3. The basis of power and negotiation
  - 5.4. Strategies and tactical of negotiation:
  - 5.5. Errors common in the negotiation
  - 5.6. Perceptual distortions and cognitive biases
  - 5.7. The intervention of the third parties: mediation and arbitrage in negotiating