Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2023-24

Unidade Curricular: [1000046] Geografia e Mercados Turísticos

1.Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo:	2023-24
Unidade Curricular:	[1000046] Geografia e Mercados Turísticos

[9996] Gestão Turística (pós-laboral)			
Plano Curricular	[3] Oficial 2020	**Ramo**	[1] Gestão de Empresas Turísticas
Área Científica	Turismo e Lazer,	**Obrigatória/Opcional**	Sim
Ano Curricular	2	**Período**	S1 - 1º Semestre
ECTS	5		

Curso	[9996] Gestão Turística (pós-laboral)
Plano	[3] Oficial 2020
Ramo	[1] Gestão de Empresas Turísticas

Horas Contacto	
(T) Teórico	0010:00 Semanais
(TP) Teórico Pratico	0010:00 Semanais
(TC) Trabalho de campo	0004:00 Semanais
(OT) Orientação e tutorial	0020:00 Semanais

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	**Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)**
0062:00	0140:00

Inválido para efeito de certificação

4.Docentes

Docentes Responsáveis	
Nome	EUNICE RUTE DOS SANTOS GONÇALVES

5.Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Com esta unidade curricular pretende-se que os alunos adquiram conhecientos, técnicas e metodologias que lhes permita, em ambiente profissional, ser capazes de:

1. Conhecer os conceitos associados à geografia e aos mercados turísticos;

2. Entender a diversidade de espaços turísticos e os diferentes processos, tipologias e modelos de desenvolvimento;

3. Conhecer e compreender as dinâmicas do turismo internacional;

4. Identificar e conhecer as dinâmicas dos principais destinos turísticos mundiais (regiões e países);

5. Identificar e conhecer as dinâmicas dos principais emissores turísticos mundiais (regiões e países);

6. Conhecer e compreender as dinâmicas do turismo em Portugal e nas regiões portuguesas;

7. Definir o perfil da oferta e procura em alojamento a diferentes escalas e com diferentes níveis de conceptualização

6.Learning Outcomes of the curricular unit

This module aims to provide the students with knowledge, techniques and methodologies that will allow them, in a professional setting, to be able to:

1. Have knowledge of the concepts related to geography and tourism markets;

2. Recognize the variety of the tourism spaces and their distinctive processes, typologies and pattern of development;

3. Recognize and understand international tourism´s dynamics;

4. Identify and comprehend the dynamics of the predominant tourism destinations worldwide (regions and countries);

5. Identify and comprehend the dynamics of the predominant issuing regions and countries worldwide;

6. Understand the dynamics of the tourism in Portugal and portuguese regions;

7. Establish the profile of the supply and demand in accommodation at different scales, as well as with a variety of conceptualization levels.

7.Conteúdos programáticos

Tema 1 - Introdução conceptual

I. Espaços/Destinos/Mercados turísticos: características gerais, formas de evolução e modelos de gestão

I.1 Especificidade dos espaços turísticos

I.2 Processos, tipologias e modelos de desenvolvimento

I.3 O mercado turístico: características gerais e perspectivas de evolução

Tema 2 - A geografia do turismo internacional

II.1 Evolução do turismo internacional

II.2 Caracterização regional do turismo internacional

II.3 Principais centros turísticos mundiais

Documento gerado para efeito de certificação

II.4 Centros tradicionais e novos destinos

II.5 Caracterização geográfica dos principais destinos turísticos

II.6 Outbound: Características gerais e perspectivas de evolução

Tema 3 - O turismo em Portugal

III.1 Aspectos dominantes da oferta turística

III.2 Aspectos dominantes da procura turística

III.3 Mercados emissores

III.4 Principais destinos turísticos nacionais: características gerais e perspectivas de evolução

III.5 Estruturação territorial do turismo em Portugal: mercados e tendências.

8.Syllabus

Theme 1 Introduction

I. Tourism Spaces/Destinations/Markets: characteristics, course of evolution and types of management

I.1 Specificity of tourism spaces

I.2 Processes, typologies and development forms

I.3 The tourism market: characteristics and evolution perspectives

Theme 2 - The geography of international tourism

II.1 Evolution of international tourism

II.2 Regional characterization of international tourism

II.3 Predominant tourism centres worldwide

II.4 Traditional centres and new destinations

II.5 Geographic characterization of the predominant tourism destinations

II.6 Outbound: Characteristics and evolution perspectives

Theme 3 - Tourism in Portugal

III.1 Dominant aspects of tourism supply

III.2 Dominant aspects of tourism demand

III.3 Issuing markets

III.4 Prominent national tourism destinations: characteristics and evolution perspectives

III.5 Territorial arrangement of the tourism in Portugal: market trends

9.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Inválido para efeito de certificação

Os conteúdos da UC foram organizados de forma a atingir os objectivos de aprendizagem propostos. O tema 1 relaciona-se com os objectivos 1 e 2 . O tema 2 está relacionado com os objectivos 3, 4 e 5 . O tema 3 relaciona-se com os objectivos 6 e 7.

10.Demonstration of the syllabus coherence with the curricula unit's learning objectives

The module´s contents were organized in order to achieve the learning aims. theme 1 is associated with objectives 1 and 2; theme 2 is associated with objectives 3, 4 and 5 and theme 3 is associated with objectives 6 and 7.

11.Metodologias de ensino (avaliação incluída)

- Aulas teórico-práticas de exploração de conceitos e aplicação de conteúdos a situações concretas;
- Utilização de métodos de exposição teórica dos diversos conteúdos, sempre complementada com informação relativa à actualidade dos mercados turísticos;
- Aplicação prática através de realização de estudos/relatórios incidindo sobre o turismo internacional (emissão e recepção) e sobre regiões portuguesa.

A avaliação é de carácter contínuo e compreende a elaboração de um trabalho de grupo incluindo apresentação oral um mini teste e um trabalho individual.

Para obter aprovação na unidade curricular, o aluno deverá obter pelo menos 9.5 valores em todos os momentos de avaliação e participar nas 3 aulas obrigatórias.

A nota final da unidade curricular é calculada com recurso à media ponderada da classificação obtida nos trabalhos com os seguintes pesos:

- Trabalho de grupo: 40%
- Mini teste:10%
- Trabalho individual : 40%
- Reforço do acto continuo de avaliação: 10%

12.Teaching methodologies (including evaluation)

- Theoretical and practical classes that investigate the concepts and application of contents in specific situations;
- Utilization of theoretical presenting methods on the diverse contents, always complemented with information related to tourism markets nowadays;
- Practical applicacion by executing reports/studies, reflecting on international tourism (outgoing and incoming) and portugueses regions.

The grading process consists of a progressive evaluation. This includes one group project with an oral presentation, one individual project and one mini test.

To pass this module the student must obtain at least 9.5 points on all of the evaluation occasions and must participate on the 3 attendance mandatory classes.

- The final grade is calculated regarding the following proportions:
- Group project: 40%
- Test: 10%
- Individual project : 40%

Inválido para efeito de certificação

- Bonus of completing module with the progressive evaluation method: 10%

13.Demontração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos da unidade

As metodologias de ensino adotadas são coerentes com os objectivos da unidade curricular, integrando um conjunto de actividades que permitem aos alunos possuir as ferramentas necessárias para consolidar os conhecimentos. A realização de trabalhos em grupo e individualmente, permitirá aplicar esses conhecimentos a casos de estudo concretos.

14.Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

The teaching methodologies used are coherent with the module´s objectives, combining activities that allow the students to obtain the necessary tools to achieve the learning outcomes. Group projects and individual assignments will support the module´s contents and clearly apply them.

15. Bibliografia de consulta/existência obrigatória | Bibliography (Mandatory resources)

TP (2023) Fichas rápidas 2022| 5 principais mercados turísticos emissores para Portugal. Available at https://travelbi.turismodeportugal.pt/mercados/

TP (2022) O Mercado em Números.Lisboa: TP. Available at https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/

UNWTO (2023) International Tourism Highlights: The Impact of COVID- on Tourism (2020-2022). Madrid: UNWTO. Available at https://https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284424504

UNWTO (2023a) Compendium of Tourism Statistics , Data 2017 - 2021 . Available at https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421459
UNWTO (2023b) Yearbook of Tourism Statistics, Data 2017 - 2021. Available at https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421442
UNWTO (2023c). World Tourism Barometer , Volume 21, Issue 1. Madrid: UNWTO. Available at https://doi.org/10.18111/wtobarometereng
UNWTO (2023d). World Tourism Barometer , Volume 21, Issue 2. Madrid: UNWTO. Available at https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/18/5

16.Metodologias de ensino (inclui avaliação) em situação de possível transição para o ensino à distância ou sistema misto no âmbito da pandemia COVID19)

Não aplicável.