



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2023-24

Unidade Curricular: [1000052] Gestão de Negócios Turísticos

1. Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2023-24

Unidade Curricular: [1000052] Gestão de Negócios Turísticos

[9177] Gestão Turística

Plano Curricular	[11] Oficial 2020	Ramo	[1] Gestão de Empresas Turísticas
Área Científica	Gestão e Administração,	Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	3	Período	S2 - 2º Semestre
ECTS	5		

[9177] Gestão Turística

Plano Curricular	[11] Oficial 2020	Ramo	[2] Gestão de Destinos e Produtos Turísticos
Área Científica	Gestão e Administração,	Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	3	Período	S2 - 2º Semestre
ECTS	5		

Curso	[9177] Gestão Turística
Plano	[11] Oficial 2020
Ramo	[1] Gestão de Empresas Turísticas

Horas Contacto

(T) Teórico 0018:00 Semanais

(OT) Orientação e tutorial 0016:00 Semanais

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)

0070:00

Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)

0140:00

Curso	[9177] Gestão Turística
Plano	[11] Oficial 2020
Ramo	[2] Gestão de Destinos e Produtos Turísticos

Horas Contacto

(T) Teórico 0018:00 Semanais

(OT) Orientação e tutorial 0016:00 Semanais

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)

Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)

4.Docentes

Docentes Responsáveis

Nome NUNO RICARDO MENDES DIAS

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

A presente disciplina tem por objetivo global fornecer aos estudantes as noções, teorias e modelos e processos fundamentais na gestão de negócios turísticos. A unidade curricular visa num primeiro momento sensibilizar e conferir aos discentes uma atitude de gestão adequada à realidade específica dos negócios turísticos, considerando as dinâmicas próprias do ambiente contextual e transaccional do sector turístico. Num segundo momento esta unidade curricular visa facultar aos discentes os meios para perspetivar cenários e a tomada de decisão em diferentes circunstâncias de gestão de negócios turísticos tendo por referência diferentes opções em termos de modelos e processos gestão.

6.Learning Outcomes of the curricular unit

The present subject has the global objective of providing students with the notions, theories, and fundamental models and processes in the management of tourism businesses. The curricular unit aims to at first, to raise awareness and give students a management attitude appropriate to the specific reality of tourist businesses, considering the dynamics of the environment contextual and transactional nature of the tourism sector. Secondly, this course aims to provide students with the means to envision scenarios and decision-making in different circumstances of tourism business management with different reference options in terms of management models and processes.

7.Conteúdos programáticos

- 1.A Gestão de Negócios Turísticos e o Ambiente Externo
 - 1.1. Análise do Ambiente Contextual
 - 1.1.1. Social
 - 1.1.2. Tecnológico
 - 1.1.3. Económico
 - 1.1.4. Ambiental
 - 1.1.5. Político
 - 1.2. Análise do Ambiente Transaccional
 - 1.2.1. A Gestão de Negócios Turísticos e o Ambiente Transaccional
 - 1.2.2. A procura turística - caracterização e evolução
 - 1.2.3. A oferta turística - caracterização e evolução
2. Modelos de Negócio em Turismo
 - 2.1. Gestão Estratégica
 - 2.1.1. Cadeia de Valor e conceitos relacionados
 - 2.1.2. Tipos de Estratégias
 - 2.2. Modelos de Negócios
 - 2.3. Tendências na opções estratégicas na gestão de negócios turísticos
3. Processos de Gestão em Negócios Turísticos
 - 3.1. Fundamentos e processos na gestão operacional de negócios turísticos
 - 3.2.Tendências na gestão operacional em negócios turísticos

8.Syllabus

1. Tourism Business Management and the External Environment
 - 1.1. Analysis of the Contextual Environment

- 1.1.1. Social
- 1.1.2. Technological
- 1.1.3. Economic
- 1.1.4. Environmental
- 1.1.5. Political
- 1.2. Analysis of the Transactional Environment
 - 1.2.1. Tourism Business Management and the Transactional Environment
 - 1.2.2. Tourist demand - characterization and evolution
 - 1.2.3. The tourist offer - characterization and evolution
- 2. Business Models in Tourism
 - 2.1. Strategic management
 - 2.1.1. Value Chain and related concepts
 - 2.1.2. Types of Strategies
 - 2.2. Business Models
 - 2.3. Trends in strategic options in the management of tourism businesses
- 3. Tourism Business Management Processes
 - 3.1. Fundamentals and processes in the operational management of tourism businesses
 - 3.2. Trends in operational management in tourism businesses

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

Os conteúdos programáticos consideram num primeiro momento as variáveis do ambiental contextual e transacional dos negócios turísticos, de modo a facultar aos discentes os pressupostos que condicionam o desenvolvimento da gestão de negócios turísticos. Neste sentido os discentes ficam capacitados para identificar e perspetivar cenários com base nas variáveis exógenas que afetam a gestão de negócios turísticos. Num segundo momento a unidade curricular visa facultar aos discentes os princípios e processos fundamentais em termos de gestão estratégica e operacional para a gestão de negócios turísticos, quer em termos de decisões de natureza estratégica, quer em termos de decisões de natureza operacional.

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

The programmatic contents initially consider the environmental variables contextual and transactional nature of tourism businesses, in order to provide students with assumptions that condition the development of tourism business management. In this students are empowered to identify and envision scenarios based on exogenous variables that affect the management of tourism businesses. In a second moment, the curricular unit aims to provide students with the fundamental principles and processes in terms of strategic and operational management for the management of tourism businesses, in terms of decisions of a strategic nature, or in terms of decisions of an operational.

11. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Considerando a natureza teórico-prática da UC, esta encontra-se organizada em termos de metodologia de ensino numa alternância de conteúdos de natureza teórica com a análise de casos práticos exemplificativos das opções estratégicas e operacionais adotadas por players turísticos de referência. No sentido de consolidar e operacionalizar os conteúdos teóricos abordados, a metodologia de ensino contempla ainda um conjunto de horas de contacto com a apresentação e discussão de casos práticos. Avaliação consiste em dois testes escritos de avaliação de conhecimentos adquiridos: 1.º teste 20% + 2.º teste 60%. Os restantes 20% da avaliação decorrem da resolução de casos práticos resolvidos em contexto de sala de aula. É obrigatória nota mínima de 7,5 valores em todos os momentos de avaliação. O desenvolvimento de cada um dos parâmetros indicados nesta FUC é complementado por documentação/informação/guiões próprios mais detalhados e de consulta obrigatória.

12. Teaching methodologies (including evaluation)

Considering the theoretical-practical nature of the curricular unit, it is organized in terms of teaching methodology in an alternation of content of a theoretical nature with the analysis of practical cases exemplifying the strategic and operational options adopted by reference tourism players.

In order to consolidate and operationalize the theoretical contents covered, the teaching methodology also includes a set of contact hours with the presentation and discussion of practical cases.

Assessment consists of two written tests to evaluate acquired knowledge: 1st test 20% + 2nd test 60%.

The remaining 20% of the assessment comes from solving practical cases solved in a classroom context.

A minimum score of 7.5 is mandatory at all assessment times.

The development of each of the parameters indicated in this FUC is complemented by more detailed and mandatory documentation/information/guides.

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

A metodologia de ensino adotada visa garantir aos discentes numa primeira fase a apropriação dos contextos e respetivas variáveis condicionantes da atividade turística numa ótica empresarial. Depois de identificadas as variáveis condicionantes dos negócios turísticos, são abordados diferentes casos empresariais singulares pelos seus cenários contextuais. Pretende-se deste modo capacitar os discentes no sentido de não só aferirem as circunstâncias contextuais e particulares do meio empresarial dos negócios turísticos, mas também proporcionar a análise e reflexão sobre de realidades e casos concretos. Num segundo momento da unidade curricular são apresentados os modelos e processos fundamentais na ótica da gestão turística. Neste âmbito, e de modo a concretizar e elucidar a operacionalização dos referidos modelos e processos pelos players turísticos, são apresentados um conjunto de casos práticos. Os players selecionados destacam-se pelas suas boas práticas através de modelos e processos de gestão que se configuram como tendências e referências no âmbito da gestão dos negócios turísticos. A opção por um trabalho grupo com base na análise de um caso empresarial, permite a análise e reflexão crítica de práticas empresariais, proporcionando aos discentes um momento de consolidação e reflexão sobre os conceitos, modelos e processos fundamentais lecionados, no sentido do mesmo desenvolver a sua própria visão crítica. A opção por um teste escrito de avaliação de conhecimentos permite o desenvolvimento e assimilação de conceitos fundamentais em contexto de exercício profissional.

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

The teaching methodology adopted aims to guarantee students in the first phase the appropriation of the contexts and respective conditioning variables of tourist activity from a perspective of business. Once the conditioning variables of the tourist businesses are identified, they are different singular business cases that were approached due to their contextual

scenarios.

In this way, it is intended to enable students to not only assess the contextual and particular circumstances of the business environment of tourist businesses but also provide analysis and reflection on realities and concrete cases. In one second stage of the course, the models and processes are presented as fundamental from the perspective of tourism management. In this context, and in order to materialize and elucidate the operationalization of the referred models and processes by the tourist players, are presented a set of practical cases. The selected players stand out for their good practices through models and management processes that are configured as trends and references in the field of tourism business management. The option for group work based on the analysis of a business case, allows the analysis and critical reflection of practices and business opportunities, providing students with a moment of consolidation and reflection on fundamental concepts, models and processes taught, in order to develop their own critical view. The option for a written knowledge assessment test allows the development and assimilation of fundamental concepts in the context of exercise professionals.

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

Buhalis, D. & Lunge (2018). Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management* , 71, 41-50. DOI: doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011

Cagica, L.; Calisto, M.; Gustavo, N. (Eds.) (2020). *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry- Advances in Hospitality, Tourism, and the Services Industry* . Pennsylvania: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-9936-4.

Evans, N. (2020). *Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events* . New York: Routledge

Gustavo, N. (2022). *Optimizing Digital Solutions for Hyper-Personalization in Tourism and Hospitality* . Gustavo, N.; Pronto, J.; Cagica, L.; Belo, M. (Eds.) Pennsylvania: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-9936-4.

Kotler, P.; Kartaya, H. & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

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

N/A