



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2020-21

Unidade Curricular: [1000160] Negócios Turísticos I

1.Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2020-21
Unidade Curricular: [1000160] Negócios Turísticos I

[9183] Informação Turística

Plano Curricular	[15] Oficial 2020	Ramo	[0] Tronco comum
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	3	Período	S1 - 1º Semestre
ECTS	3		

Curso [9183] Informação Turística
Plano [15] Oficial 2020
Ramo [0] Tronco comum

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)

0000:00

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

0000:00

4.Docentes

Docentes Responsáveis

Nome NUNO RICARDO MENDES DIAS

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

A unidade curricular de Negócios Turísticos I visa, por um lado, capacitar os discentes de noções e processos essenciais na realização de negócios turísticos e, por outro lado, facultar uma perspetiva quer global, quer particular, dos negócios turísticos na ótica dos diferentes players empresariais, no contexto do funcionamento do mercado e do sistema turístico. Assim, no final do semestre os alunos deverão: - Conhecer a principal terminologia associada ao sector; - Identificar e caracterizar os principais intervenientes no setor do turismo; - Definir os principais processos empresariais do setor turístico; - Identificar e relacionar alguns conceitos chave nas diferentes áreas de negócio turístico, fazendo a sua inter-relação com os diferentes agentes do mercado.

6.Learning Outcomes of the curricular unit

The curricular unit of Tourism Businesses I aims, on the one hand, to train the students of notions and processes essential in the realization of tourist business and, on the other hand, to provide a global and private perspective of tourism business from the perspective of different business players, in the context of the functioning of the market and the tourism system. Thus, at the end of the semester students should: - Know the main terminology associated with the sector; - Identify and characterize the main players in the tourism sector; - Define the main business processes of the tourism sector; - Identify and relate some key concepts in the different areas of tourism business, making their interrelationships with the different agents of the market.

7. Conteúdos programáticos

Terminologia utilizada nas diferentes áreas dos negócios turísticos. Os negócios turísticos no contexto do sistema turístico: conceitos, especificidades, atores, funcionalidade estrutural. Os negócios turísticos no contexto e dinâmicas de funcionamento do mercado turístico. A cadeia de valor no mercado turístico. Novas dinâmicas do mercado turístico. A produção turística e fornecimento de serviços turísticos. Os produtores/fornecedores de serviços turísticos: Hotelaria e restauração; Transportes; Empresas de animação turística; Outros produtores/fornecedores de serviços turísticos. O setor da distribuição em turismo: Operadores Turísticos e Agências de Viagens. Processos empresariais standards associados aos negócios turísticos: contratação e distribuição. O papel da Internet e do comércio eletrónico. O fenómeno da desintermediação vs re-intermediação. A organização institucional do Turismo. Organismos institucionais e setor público na articulação com a iniciativa privada.

8. Syllabus

Terminology used in different areas of tourism businesses. Tourism businesses in the context of the tourism system: concepts, specificities, actors, structural functionality. The tourism business in the context and dynamics of operation of the tourist market. The value chain in the tourist market. New dynamics of the tourist market. Tourism production and supply of tourist services. The producers / suppliers of tourist services: Hospitality and catering; Transport; Tourism companies; Other producers / suppliers of tourist services. The distribution sector in tourism: Tour Operators and Travel Agencies. Standard business processes associated with tourism businesses: contracting and distribution. The role of the Internet and e-commerce. The phenomenon of disintermediation vs re-intermediation. The institutional organization of Tourism. Institutional bodies and the public sector in articulation with the private initiative.

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

Os conteúdos programáticos visam permitir atingir os objetivos de aprendizagem associados, procurando-se articular cada uma das componentes de aprendizagem a um dos objetivos da unidade curricular. Numa primeira fase, pretende-se dotar os alunos da terminologia técnica utilizada nos negócios em turismo, contextualizando a sua utilização. Numa segunda fase, pretende-se que os alunos conheçam e compreendam as dinâmicas de funcionamento do mercado turístico e as lógicas de funcionamento sistémico. Pretende-se caracterizar as atividades empresariais dos principais players (fornecedores de serviços e intermediários) e respetivos processos de negócios (processos de contratação e distribuição). Procura-se refletir sobre o papel e impacto da Internet e do comércio eletrónico na dinâmica dos negócios turísticos e discutir a sua influência na atividade dos atores da distribuição. Por fim, procura-se refletir sobre o papel do setor público e a sua influência sobre a iniciativa privada.

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

The syllabus aims to achieve the associated learning objectives, articulating each of the learning components to one of the objectives of the curricular unit. In a first phase, it is intended to provide students with the technical terminology used in business in tourism, contextualizing their use. In a second phase, students are expected to understand and understand the dynamics of the functioning of the tourist market and the logics of systemic functioning. It is intended to characterize the business activities of the main players (service providers and intermediaries) and their business processes (hiring and distribution processes). It seeks to reflect on the role and impact of the Internet and e-commerce in the dynamics of tourism business and to discuss its influence on the activity of distribution actors. Finally, we seek to reflect on the role of the public sector and its influence on private initiative.

11. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A metodologia de ensino terá como modelo base aulas de natureza teórico-prática, sendo a introdução e explicação dos conteúdos programáticos realizada através da operacionalização dos conceitos e processos fundamentais, com a respetiva análise. Este modelo será ainda complementado com um conjunto de intervenções realizadas por players do setor (convidados externos).

O modelo de avaliação considera uma combinação entre momentos de avaliação individual e em grupo, bem como a assiduidade, uma vez que a disciplina incorpora uma forte dimensão técnica e prática. O regime de avaliação contínua considera três ítems de avaliação (com respetivos pesos relativos para efeito de cálculo da nota final):

- Frequência individual (50%), a incidir sobre o universo global dos conteúdos programáticos e os contributos dos convidados;
- Trabalho de grupo (40%), a incidir sobre uma área temática/área de atividade específica ligada aos negócios em turismo;
- Assiduidade (10%).

12. Teaching methodologies (including evaluation)

The teaching methodology will be based on theoretical-practical classes, with the introduction and explanation of the syllabus carried out through the operationalization of fundamental concepts and processes, with the respective analysis. This model will also be complemented with a set of interventions carried out by players in the sector (external guests). The evaluation model considers a combination of moments of individual and group evaluation, as well as attendance, since the discipline incorporates a strong technical and practical dimension. The continuous evaluation regime considers three evaluation items (with respective relative weights for the purpose of calculating the final grade):

- Individual frequency (50%), focusing on the global universe of syllabus and the contributions of guests;
- Group work (40%), focusing on a specific thematic area / activity area linked to tourism business;
- Attendance (10%).

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

A unidade curricular de Negócios Turísticos I tem por objetivo geral capacitar os discentes com conhecimentos que lhes permitam conhecer os principais processos associados aos negócios turísticos no contexto do funcionamento específico do mercado turístico. Para o efeito, as

metodologias de ensino, visam, numa primeira fase, através de sessões fundamentalmente expositivas, fazer uma abordagem eminentemente técnica sobre a terminologia utilizada no turismo e que é fundamental para a sua compreensão e operacionalização. A este nível, os termos técnicos são devidamente contextualizados no âmbito da multiplicidade e especificidade dos processos negociais estabelecidos entre diferentes players do mercado. De seguida, faz-se uma abordagem conceptual e teórica dos conteúdos programáticos associados ao mercado e sistema turístico. Muito embora, nesta fase, as aulas sejam maioritariamente teóricas e expositivas, procura-se recorrer a exemplos concretos da realidade, que permitam uma dinâmica de leitura e análise articulada entre a teoria e a realidade prática do setor, estimulando os alunos a participar, interactivamente, desta discussão e problematização utilizando os conhecimentos de base adquiridos. Esta fase de enquadramento teórico e conceptual é vital para contextualizar os alunos e dotá-los de conhecimentos estruturantes que lhes permitam, no momento seguinte, compreender as dinâmicas associadas às atividades empresarias dos diferentes players e compreender as lógicas de interação que se estabelecem entre si e que corporizam os negócios turísticos. Para efeito da apresentação e caracterização da natureza da atividade de diferentes atores, realizada por parte do docente, em sala de aula, procura-se complementar esta abordagem com a participação de vários convidados externos, representando distintas áreas de atividade, que, pela sua experiência concreta no mercado, possam aportar, aos alunos, um valor acrescentado, baseado na realidade, das dinâmicas de funcionamento do mercado e dos vários processos de suporte aos negócios turísticos.

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

The curricular unit of Tourist Businesses I has as general objective to provide the students with knowledge that allows them to know the main processes associated to the tourist businesses in the context of the specific operation of the tourist market. To this end, teaching methodologies aim, in a first phase, through essentially expository sessions, to make an eminently technical approach to the terminology used in tourism, which is fundamental for its understanding and operationalization. At this level, the technical terms are duly contextualized within the scope of the multiplicity and specificity of the negotiation processes established between different market players. Then, a conceptual and theoretical approach is made to the programmatic contents associated with the market and the tourism system. Although, at this stage, the classes are mainly theoretical and expository, we seek to draw concrete examples of reality, which allow a dynamic reading and articulated analysis between theory and practical reality of the sector, encouraging students to participate, interactively, of this discussion using the acquired basic knowledge. This phase of theoretical and conceptual framework is vital to contextualize the students and provide them with structural knowledge that allows them, in the next moment, to understand the dynamics associated with the business activities of the different players and to understand the logics of interaction that are established among themselves and which embody tourism business. For the purpose of presenting and characterizing the nature of the activity of different actors, carried out by the teacher, in the classroom, it is sought to complement this approach with the participation of several external guests, representing different areas of activity, which, through their experience concrete in the market, can provide the students with an added value, based on reality, the dynamics of market functioning and the various processes to support tourism business.

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

BECKENDORF, P. J.; SHELDON, P. J. & FESENMAIER, D. R. (2014). *Tourism Information Technology* (2nd edition). Oxfordshire, UK: CABI.

DOMINGUES, C. M. (2013). *Prontuário Turístico* (3ª Edição - revista e atualizada). Lisboa: INCM-ESHTE.

EGGER, R. & BUHALIS, D. (2008). *E-tourism - case studies*. Oxford, UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.

HOLLOWAY, J. C. & HUMPHREYS, C. (2016). *The Business of Tourism* (10th edition). Essex, UK: Prentice Hall

MANCINI, M. (2005). *Access, introduction to travel and tourism*. Clifton Park, NY: Thomson Delmar Learning.

OKUMUS, F.; ALTINAY, L. & CHATHOTH, P. K. (2010). *Strategic management for hospitality and tourism*. Oxford, UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.

PAGE, S. (2003). *Tourism Management - Managing for change*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

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

Muito embora se considere o modelo presencial como o mais favorável, a presente unidade curricular é viável e exequível tanto em modelos de ensino à distância como em modelos híbridos (presencial e à distância). As metodologias de ensino acima descritas não alteram a demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos da Unidade Curricular nem têm implicação na estrutura do modelo de avaliação da unidade curricular.

Inválido para efeito de certificação