



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2023-24

Unidade Curricular: [1000161] Negócios Turísticos II

1. Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo:	2023-24
Unidade Curricular:	[1000161] Negócios Turísticos II

[9183] Informação Turística

Plano Curricular	[15] Oficial 2020	Ramo	[0] Tronco comum
Área Científica		Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	3	Período	S2 - 2º Semestre
ECTS	3		

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

Horas Contacto

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)	Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)
0000:00	0000:00

4. Docentes

Docentes Responsáveis

Nome	AUGUSTO DE JESUS GUEDEA MELO CORREA
------	-------------------------------------

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 transacional 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

This course aims to provide students with the fundamental notions, theories and models and processes in the tourism business management. The course aims at first sensitizing and giving

students an attitude of management appropriate to the specific reality of tourism business, considering the dynamics of the contextual and transactional environment of the tourism sector. Secondly, this course aims to provide students with the means to perspective scenarios and make decisions in different situations of tourism business management, with reference to different options in terms of models and management 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 Transacional
 - 1.2.1. A Gestão de Negócios Turísticos e o Ambiente Transacional
 - 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. Strategic Tourism Businesses Management -External Analysis
 - 1.1. Macroenvironment Analysis
 - 1.1.1. Sociacultural
 - 1.1.2. Technological
 - 1.1.3. Economic

1.1.4. Environmental

1.1.5. Political

1.2. Microenvironment Analysis

1.2.1. New Tourism & Old Tourism

1.2.2. International Tourism Demand -profile & trends

1.2.3. Tourism & Hospitality Businesses -profile & trends

2. Strategic Management of Tourism Businesses

2.1 Strategic Management

2.1.1. Value chain and related concepts

2.1.2.Types of Strategies

2.2. Tourism Businesses Models

2.3. Trends in strategic options in the management of tourism businesses

3. Operational Management of Tourism Businesses

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 syllabus, in a first approach, consider the macro and micro environment of the tourism businesses, in order to provide students the key dimensions that affect the development of tourism businesses management. In this sense the students are trained to identify and outline scenarios based on exogenous variables that affect the management of tourism businesses. In a second step the curricular unit aims to provide students the principles and fundamental processes in terms of strategic and operational management of tourism businesses, both in terms of strategic decisions as well as in terms of operational decisions

11.Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Considerando a natureza teórico-prática da presente unidade curricular, 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 no âmbito da unidade curricular, a metodologia de ensino contempla ainda um conjunto de horas de contacto com a apresentação e discussão de casos práticos. Em termos de avaliação, e considerando a natureza de aplicação desta disciplina e o ciclo de estudos em causa, a avaliação consiste eminentemente na análise de um estudo de caso (trabalho de grupo) -40%- e de um teste individual de avaliação de conhecimento adquiridos -60%. A gestão dos conteúdos da disciplina é realizado através da plataforma Moodle.

12.Teaching methodologies (including evaluation)

Considering the theoretical and practical nature of this curricular unit, this unit is organized in terms of teaching methodology in a mixed of theoretical content and analysis of case studies illustrative of strategic and operational options adopted by reference players in tourism businesses. In order to consolidate and operationalize the theoretical concepts covered in the curricular unit, the teaching methodology also includes a number of contact hours with the presentation and discussion of case studies. In terms of assessment, and considering the nature of the application of this discipline and the cycle of studies in question, the evaluation consists mainly in the analysis of a case study (group work) -40% - and an individual knowledge assessment test acquired -60%-. The content management of the course is carried out through the Moodle platform.

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 give students a first step the appropriation of their contexts and variables affecting the tourism business standpoint. After identifying the conditioning variables of tourism businesses, business cases are dealt with different scenarios for its natural context. The aim is thus to train students in order to not only ascertain contextual circumstances and individuals from the business of tourism business, but also provide the analysis and reflection on the realities and specific cases. In a second stage of the course presents the fundamental processes and models from the perspective of tourism management. In this context, and in order to implement and clarify the operation of these models and processes is presented a set of case studies of different tourism business. The selected players

stand out for their best practices through models and management processes that constitute references and trends in the management of tourism businesses. The option for a group work based on the analysis of a business case, allows the analysis and critical reflection of business practices, providing the students with a moment of consolidation and reflection on the concepts, models and fundamental processes taught, in the sense of developing the his own critical vision. The option of a written test of knowledge assessment allows the development and assimilation of concepts fundamental in the context of professional practice

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

Enz, C. (2010). *Hospitality Strategic Management* : Concepts and Cases. New Jersey: John Wiley & Sons

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

Gustavo, N. (2018). Trends in Hospitality Marketing and Management: facing the 21st century challenges. In Cagica, L. & Isaías, P. (Eds.), *Handbook of Research on Entrepreneurship and Marketing for Global Reach in the Digital Economy* . Hershey, PA: IGI Global, pp. 311-337

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.

Iansit,M. e Lakhani,K.,(2020), *Competing in the age of AI*, Boston, Harvard Business Review Press

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