



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2020-21

Unidade Curricular: [1000171] Prática Profissional I

1. Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2020-21
Unidade Curricular: [1000171] Prática Profissional I

[9183] Informação Turística

Plano Curricular	[15] Oficial 2020	Ramo	[0] Tronco comum
Área Científica	Turismo e Lazer,	Obrigatória/Opcional	Sim
Ano Curricular	1	Período	S2 - 2º Semestre
ECTS	2		

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

Horas Contacto

(TC) Trabalho de campo 0018:00 Semanais

Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)

0020:00

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

0056:00

4. Docentes

Docentes Responsáveis

Nome LUÍS MIGUEL LOURENÇO MENDES DE BRITO

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

No final do semestre, os alunos deverão ser capazes de distinguir as competências dos profissionais de informação turística, face às diferenças e semelhanças existentes, bem como compreender conceitos base sobre a organização e a promoção turística em Portugal.

A aquisição destas competências, em sala de aula e em visitas externas, visa a aplicação prática das competências adquiridas no 1º estágio curricular do curso.

6. Learning Outcomes of the curricular unit

Considering similarities and differences, students are expected to know the different skills of the tourism information professionals, besides understanding basic concepts on tourism

organization and promotion in Portugal. Both in class and during the field trips, the acquisition of these skills aims at a future application during the course's 1st curricular Internship.

7. Conteúdos programáticos

O que é a Informação Turística?

As Características da Informação: Generalista *vs.* Turística

Principais Fontes Bibliográficas, Documentais e Virtuais

A Organização de Dados na Informação Turística

Um Processo em Rápida Mutação: Planificação, Comunicação e Actualização

O Processo de Comunicação

O Emissor *ç* Os Profissionais de Informação Turística (PIT)

A Mensagem *ç* Características e Canais

O Receptor *ç* O Turista

Barreiras à Comunicação e Gestão de Reclamações

Traveller Tribes

Independentes

Grupos

As Competências Profissionais em Informação Turística

Conhecimentos, Atitudes, Comportamentos

Perfil Psicológico e Imagem

Direitos e Deveres

Problemas Inerentes à Profissão

A Promoção Turística

Conceitos

Objectivos e Estratégias de Promoção

Acções de Promoção *ç* Feiras, *Fam Trips*, Porta-a-porta, *Sales Blitz*, *Roadshows*, *Workshops*

Materiais Promocionais *ç* do folheto à brochura, da *Webpage* às redes sociais, dos catálogos físicos aos mapas virtuais.

8. Syllabus

What is Tourism Information?

The Characteristics of Information: General *vs.* Tourist

Main Bibliographic, Documental and Virtual Sources

Data Organisation in Tourism Information

A Fast-changing Process: Planning, Communicating and Updating data

The Communication Process

The Sender ∩ Tourism Information Professionals (TIP)

The Message ∩ Characteristics and Channels

The Receiver ∩ The Tourist

Barriers to Communication and Complaints Management

Traveller Tribes

Independent travellers

Groups

Professional Skills in Tourism Information

Know-how, Attitude, Behaviour,

Psychological Profile and Image

Rights and Duties

Job-related Issues

Tourism Promotion

Concepts

Promotional Goal and Strategies

Promotional Settings ∩ Fairs, Fam Trips , door-to-door contact, Sales Blitz, Roadshows, Workshops

Promotional Materials ∩ from the flyer to the brochure, from the Webpage to social media, from paper catalogues to virtual maps

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

No final do semestre os estudantes deverão compreender a importância da Informação Turística, sem esquecer áreas como a comunicação e a promoção ao serviço da divulgação plural do país.

Pretende-se que os estudantes compreendam as diferenças existentes nas categorias profissionais de Informação Turística, bem como entendam pontos similares e distintos na abordagem de apresentação e venda do grande produto comum que é Portugal.

As visitas de estudo reforçarão os objectivos almejados. Os conhecimentos adquiridos visam a sua aplicação prática na unidade curricular de Estágio I.

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

By the end of the semester students will understand the importance of Tourism Information, including know-how on areas like communication and promotion applied on behalf of Portugal's promotion. Students are expected to understand the differences in the professional Tourism Information categories, perceiving the similar and different issues in the presentation and selling approaches of their common tourist product, which is Portugal.

Field trips shall reinforce the goals of the subject. Knowledge acquired shall be applied in the forthcoming curricular unit of Internship I.

11. Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Para além de conteúdos teórico-práticos leccionados em sede de aula, os estudantes deverão realizar pesquisa documental com base em fontes físicas distintas (livros, folhetos, brochuras, mapas, guias turísticos), bem como em recursos virtuais (via *websites*, catálogo *B-On*, *Google Scholar* e outros canais).

As visitas de estudo contemplarão cariz expositivo e explicativo pelo docente e apresentações orais pelos discentes.

VISITAS A REALIZAR : Panorâmica de Lisboa (em autocarro), *Full-Day* a Cascais (com apresentações), Agência de Viagens/Operador Turístico e Unidade Hoteleira.

Avaliação:

- 1 Teste : **40%**
- 1 Apresentação Oral individual : **25 %**
- 1 Trabalho Escrito individual : **25%**
- Participação nas actividades da aula e nas visitas de estudo, atitude e interesse : **10%**

12. Teaching methodologies (including evaluation)

Besides the theoretical-practical contents taught in class, students shall do documental research based on different paper sources (books, leaflets, brochures, maps, guides), along with virtual resources (websites, B-On catalogue, Google Scholar, among others).

Field trips shall be based on oral presentations performed by both teacher and students (the latter under an evaluation framework).

FIELD TRIPS : half-day bus tour to Lisbon, full-day tour to Cascais (with students' oral presentations), visits to a Travel Agency/Tour Operator and to a Lodging Unit.

Evaluation:

- 1 Test : **40%** ;
- 1 Individual Oral presentation : **25 %** ;
- 1 Individual Written Assignment : **25%** ;
- Participation, attitude and interest revealed both in class and during the field trips : **10%**

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

De modo ainda basilar face à articulação dos semestres da licenciatura, a disciplina pretende consciencializar os discentes para as principais diferenças relativas às categorias profissionais para as quais estão a ser formados, dando-lhes a conhecer as distintas abordagens inerentes à apresentação e divulgação do produto turístico comum com que essas categorias trabalham.

As visitas de estudo consolidarão, de forma prática, a teoria lecionada em sede de aula, representando uma primeira aproximação dos estudantes ao mercado de trabalho.

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

Although in a simple manner, the subject aims at rendering the students awareness on the main differences related to the Tourism Information professional categories they are being prepared for, by understanding the disparate approaches linked to the presentation and promotion of the great tourist product those categories shall deal with (Portugal).

Under the scope of a rather practical approach, field trips shall consolidate the theoretical data conveyed in class, thus marking the students' 1st presentation to the professional market.

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

Brito, Luís Miguel (2013). *Informação Turística e A Arte do Guia-Intérprete, Entre a Cultura do Turista e do Destino*. Lisboa: Chiado Editora.

Carvalho-Oliveira, J. M. & Cymbrom, J. (1994). *Ser Guia-Intérprete em Portugal*. LISBOA: INP.

Sansavini, C. (2006). *Saber Falar em Público*. Lisboa: Editorial Presença.

Cross, D. (1991). *Please Follow Me*. Salisbury: Wesssexplore Tourist Service.

Littlejohn, S. (1998). *Fundamentos Teóricos da Comunicação Humana*. Rio de Janeiro: Editora Guanabara.

Milheiro, Eva (2010). *A Informação Turística e as Tecnologias da Informação e da Comunicação: O caso Português*. Lisboa: ITP.

Picazo, C. (1996). *Assistencia Y Guia a Grupos Turísticos*. Madrid: Editorial Síntesis.

Prince, Katrine (2008). *The Art of Guiding. A Practical Handbook for Tourist Guides* (2nd edition). London: Institute of Tourist Guiding.

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

As metodologias de ensino e o sistema de avaliação acima referidos já prevêm a situação possível transição para o ensino à distância ou sistema misto.