



# Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2022-23

Unidade Curricular: [21019] Modelos e Processos de Negócios Turísticos

## 1. Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2022-23

Unidade Curricular: [21019] Modelos e Processos de Negócios Turísticos

### [2001] Mestrado em Turismo

<b>Plano Curricular</b>	[9] Gestão Estratégica de Eventos - 2021	<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Eventos
<b>Área Científica</b>		<b>Obrigatória/Opcional</b>	Sim
<b>Ano Curricular</b>	1	<b>Período</b>	Semestral
<b>ECTS</b>	0		

### [2001] Mestrado em Turismo

<b>Plano Curricular</b>	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021	<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos
<b>Área Científica</b>		<b>Obrigatória/Opcional</b>	Sim
<b>Ano Curricular</b>	1	<b>Período</b>	Semestral
<b>ECTS</b>	0		

### [2001] Mestrado em Turismo

<b>Plano Curricular</b>	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021	<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos
<b>Área Científica</b>		<b>Obrigatória/Opcional</b>	Sim
<b>Ano Curricular</b>	1	<b>Período</b>	Semestral
<b>ECTS</b>	0		

### [2001] Mestrado em Turismo

<b>Plano Curricular</b>	[5] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2020	<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos
<b>Área Científica</b>		<b>Obrigatória/Opcional</b>	Sim
<b>Ano Curricular</b>	1	<b>Período</b>	Anual
<b>ECTS</b>	0		

### [2001] Mestrado em Turismo

<b>Plano Curricular</b>	[7] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2020	<b>Ramo</b>	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências
<b>Área Científica</b>		<b>Obrigatória/Opcional</b>	Sim
<b>Ano Curricular</b>	1	<b>Período</b>	Anual
<b>ECTS</b>	0		

### [2001] Mestrado em Turismo

<b>Plano Curricular</b>	[6] Gestão Estratégica de Eventos - 2020	<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Eventos
<b>Área Científica</b>		<b>Obrigatória/Opcional</b>	Sim
<b>Ano Curricular</b>	1	<b>Período</b>	Anual
<b>ECTS</b>	5		

<b>Curso</b>	[2001] Mestrado em Turismo
<b>Plano</b>	[9] Gestão Estratégica de Eventos - 2021
<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Eventos

#### Horas Contacto

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

<b>Curso</b>	[2001] Mestrado em Turismo
<b>Plano</b>	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021
<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

#### Horas Contacto

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

<b>Curso</b>	[2001] Mestrado em Turismo
<b>Plano</b>	[8] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2021
<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

#### Horas Contacto

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

<b>Curso</b>	[2001] Mestrado em Turismo
<b>Plano</b>	[5] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos - 2020
<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

#### Horas Contacto

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

<b>Curso</b>	[2001] Mestrado em Turismo
<b>Plano</b>	[7] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências - 2020
<b>Ramo</b>	[0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências

#### Horas Contacto

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

<b>Curso</b>	[2001] Mestrado em Turismo
<b>Plano</b>	[6] Gestão Estratégica de Eventos - 2020

<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Eventos
<b>Horas Contacto</b>	
<b>Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)</b>	<b>Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)</b>
0000:00	0000:00

#### 4.Docentes

##### Docentes Responsáveis

**Nome** NUNO SILVA GUSTAVO

#### 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 syllabus contents initially consider the variables of the contextual and transactional environmental of tourism businesses, in order to provide students with the assumptions that condition the development of tourism business management. In this sense, students are able to identify and envision scenarios based on exogenous variables that affect the management of tourist businesses. In a second step, the course aims to provide students with the fundamental principles and processes in terms of strategic and operational management for the management of tourist businesses, both in terms of strategic decisions and in terms of operational decisions.

#### 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

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 nas 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 transaccional 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 contents initially consider the variables of the contextual and transactional environmental of tourism businesses, in order to provide students with the assumptions that condition the development of tourism business management. In this sense, students are able to identify and envision scenarios based on exogenous variables that affect the management of tourist businesses. In a second step, the course aims to provide students with the fundamental principles and processes in terms of strategic and operational management for the management of tourist businesses, both in terms of strategic decisions and 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 no desenvolvimento de uma reflexão crítica individual escrita (70%) com discussão final (30%). A gestão dos conteúdos da disciplina é realizada através da plataforma Moodle.

### **12.Teaching methodologies (including evaluation)**

Considering the theoretical-practical nature of this curricular unit, it is organized in terms of teaching methodology in an alternation of theoretical content with the analysis of practical cases exemplifying the strategic and operational options adopted by leading tourist players. In order to consolidate and operationalize the theoretical content covered in the course, the teaching methodology also includes a set of hours of contact with the presentation and discussion of practical cases. In terms of evaluation, and considering the nature of application of this

discipline and the study cycle in question, the evaluation consists essentially in the development of an individual written critical reflection (70%) with final discussion (30%). 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 respectivas variáveis condicionantes da atividade turística numa ótica empresarial. Depois de identificadas as variáveis condicionantes dos negócios turísticos, são abordados diferentes casos empresários 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 of recognized context aims to guarantee to the students, in a first phase of the activity, the variables and their respective constraints from the tourist business perspective. Business cases identified as tourism business variables are their different contextual singular business constraints.

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 an analysis and reflection on the realities and the concrete. In a second moment of the curricular unit, the fundamental models and processes from the perspective of tourism management are presented. In this model, and in order to materialize and elucidate the operationalization of models and processes by tourist players, a set of practical cases are presented. The selected actors stand out for their good practices through management models and processes that constitute trends and references in the context of tourism business management. The critical option for a work analysis group based on a business process allows the analysis of a business moment, providing students with a process of reflection on the fundamental concepts, models and processes to develop their own critical view of the same process. The option for a written knowledge assessment test allows the development and assimilation of fundamental concepts 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. 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)**

Não aplicável.

Inválido para efeito de certificação