



# Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

FICHA DE UNIDADE CURRICULAR - 2020-21

## Unidade Curricular: [21022] Planeamento e Gestão em Turismo Ativo e de Experiências

### 1. Ficha da Unidade Curricular

Ano Lectivo: 2020-21

Unidade Curricular: [21022] Planeamento e Gestão em Turismo Ativo e de Experiências

#### [2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular [7] ITAE - 2020

Ramo [0] Inovação em Turismo Ativo e de Experiências

Área Científica

Obrigatória/Opcional Sim

Ano Curricular 1

Período Anual

ECTS 0

#### [2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular [6] GEE - 2020

Ramo [0] Gestão Estratégica de Eventos

Área Científica

Obrigatória/Opcional Sim

Ano Curricular 1

Período Anual

ECTS 0

#### [2001] Mestrado em Turismo

Plano Curricular [5] GEDT - 2020

Ramo [0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Área Científica

Obrigatória/Opcional Sim

Ano Curricular 1

Período Anual

ECTS 0

Curso [2001] Mestrado em Turismo

Plano [7] ITAE - 2020

Ramo [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

Curso [2001] Mestrado em Turismo

Plano [6] GEE - 2020

Ramo [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>	[5] GEDT - 2020		
<b>Ramo</b>	[0] Gestão Estratégica de Destinos Turísticos		
<b>Horas Contacto</b>			
Horas dedicadas (Trabalho não acompanhado)		Total de horas de trabalho (Horas de contacto + horas dedicadas)	
0000:00		0000:00	

**4.Docentes**

Docentes Responsáveis	
<b>Nome</b>	FRANCISCO ANTÓNIO SANTOS SILVA

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

Apresentar uma abordagem conceptual sobre turismo ativo e de experiências;

Apresentar e analisar os aspetos centrais em torno das noções e paradigmas associados à governança territorial e ao planeamento turístico;

Fornecer bases para capacitação de gestores na área do turismo, particularmente na definição de estratégias e na decisão empresarial;

Contribuir para a formação do decisor público e privado nas questões do planeamento e da gestão territorial aplicada a destinos turísticos focados no turismo na natureza, ativo e de experiências

Introduzir a problemática do território e relação com este dos produtos de turismo na natureza, ativo e de experiências;

Apresentar princípios e práticas para articulação entre a área do planeamento e gestão do território com o empreendedorismo e desenvolvimento de produtos turísticos.

**6.Learning Outcomes of the curricular unit**

Present a conceptual approach in active and experiences tourism;

Present and analyze the central aspects around the notions and paradigms associated with territorial governance and tourism planning;

To provide basis for training of managers in tourism, particularly for the definition of strategies and guide the business decision;

Contribute to the training of public and private decision-makers in matters of planning and territorial management applied to destinations focusing in nature tourism, active tourism and experiences tourism;

To introduce the problematic of the territory and its relationship with products of nature tourism, active tourism and experiences tourism;

To present principles of alignment between the area of territory planning and management with entrepreneurship and development of tourist products.

## 7. Conteúdos programáticos

1. **Turismo ativo e de experiências: conceitos e mercado**
  1. Abordagem conceptual ao turismo ativo
  2. Caracterização do turismo de experiências
  3. Mercado e perfil dos consumidores
  4. Tecnologia associada ao turismo ativo e de experiências
2. **Planeamento turístico: produtos, empresas e destinos**
  1. Do planeamento estratégico ao planeamento operacional
  2. A afirmação dos destinos com base na valorização do turismo ativo e de experiências
  3. Planeamento e gestão operacional de produtos e atividades de turismo ativo
3. **A oferta de turismo ativo e de experiências**
  1. Setor da animação turística
  2. Associação do turismo *Smart* e criativo ao turismo de experiências
  3. Eventos como elementos potenciadores do turismo de experiências
4. **Casos de estudo**

## 8. Syllabus

- 1 **Active and experience tourism: concepts and market**
  - 1.1. Conceptual approach to active tourism
  - 1.2. Characterization of experience tourism
  - 1.3. Market and consumer profile
  - 1.4. Technology associated with active tourism and experience
- 2 **Tourism planning: products, companies and destinations**
  - 2.1. From strategic planning to operational planning
  - 2.2. The affirmation of destinations based on the appreciation of active tourism and experiences
  - 2.3. Planning and operational management of active tourism products and activities
- 3 **The supply of active tourism and experiences**
  - 3.1. The leisure tourist sector
  - 3.2. Smart and creative tourism association with experiences tourism
  - 3.3. Events as enhancers of experience tourism
- 4 **Case Studies**

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

Os conteúdos programáticos encontram-se organizados com uma coerência sequencial sustentada, num primeiro momento, num enquadramento conceptual promovendo a reflexão no contexto do planeamento e gestão, garantindo-se assim o desenvolvimento das competências de interpretação e reflexão do discente.

Num segundo momento, e de modo a facultar aos discentes uma visão global sobre a importância e oportunidades associadas ao turismo ativo e de experiências, são apresentados vários exemplos de produtos inovadores e de destinos de referência.

Por fim, é desenvolvido um roteiro agregador de estratégias, programas e procedimentos necessários ao desenvolvimento de um produto turístico neste domínio, visando o desenvolvimento da capacidade de articulação de conteúdos na simulação de situações reais.

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

The syllabus contents are organised with a sequential coherence, sustained at first, in a conceptual framework promoting discussion in context of planning and management, thus ensuring the development of skills of interpretation and reflection of the student.

In a second step, in order to provide the students with an overview of the importance and opportunities associated with active tourism and experiences tourism, several examples of innovative products and reference destinations are presented.

Finally, the consolidation and application of the strategies, programs and procedures necessary to develop a tourism product in this field is undertaken, aiming at developing the ability to articulate contents in the simulation of real situations.

#### **11. Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

A disciplina organiza-se em torno da elaboração do roteiro de um projeto relativo à concepção e lançamento de um produto de turismo ativo e de experiências. As dimensões práticas e teórica e conceitual dos conteúdos da unidade curricular são abordadas como contributos para o enquadramento, formatação e desenvolvimento deste projeto.

A avaliação contínua considera os seguintes três parâmetros:

Trabalho de grupo (2 pessoas) escalonado em diversas etapas e com apresentações faseadas no tempo, direcionado para a avaliação e análise crítica de um produto específico direcionado para valorizar a experiência turística - 45% da avaliação

Três mini testes ou teste final - 50% da avaliação

Assiduidade e participação nas aulas - 5 % da avaliação.

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

The curricular unit is organized around the development of the script of a project on the design and launch of a product of active and experiences tourism, to be developed throughout the semester. The practical, theoretical and conceptual dimensions of the syllabus are discussed as contributions to the context, formatting and development of the project.

The continuous assessment considers the following three parameters:

Group work spread over several stages and with phased presentations over time, aimed at the evaluation and critical analysis of a specific product aimed at enhancing the tourist experience - 45% of the evaluation

Three mini tests or final test - 50% of the evaluation

Attendance and participation in classes - 5% of the evaluation.

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

A unidade curricular visa, num primeiro momento, facultar aos discentes as referências e ferramentas conceptuais necessárias à compreensão da problemática do planeamento e gestão em territórios com potencial para o turismo de ativo e de experiências e dos respetivos produtos turísticos. Esta etapa é assegurada através de um conjunto de aulas de enquadramento, de natureza teórica e expositiva.

Visando um segundo domínio de objetivos relacionado com metodologias de intervenção-ação em contextos territoriais e para produtos concretos, o programa contempla aulas centradas em

áreas temáticas estratégicas no turismo ativo. Estas são consolidadas através da elaboração de um trabalho apresentado e discutido em sala de aula, bem como através da análise de estudos caso.

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

The curricular unit aims, at first, to provide the students with the references and conceptual tools necessary for understanding the planning and management issues in territories with potential for active tourism and experiences tourism as well as corresponding tourism products. This stage is ensured through a set of classes, both theoretical and expository.

Aiming at a second domain of objectives related to intervention-action methodologies in territorial contexts and for specific products, the program includes lectures focusing on strategic thematic areas in active tourism. The consolidation of this learnings is stimulated through the development of a assignment, presented and discussed in the classroom, as well as by case study analysis.

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

Carù, A. & Cova, B., (2003). Revisiting consumption experience: a more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3 (2), 267-286.

Pine, B.J. & Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy*. Harvard University Press, Harvard.

Prebensen, N. K., Chen, J. S. & Uysal, M. (ed.) (2014). *Creating experience value in tourism*. Wallingford: CABL.

Silva, F. & Umbelino, J. (Coord.) (2017). *Planeamento e desenvolvimento turístico*. Lisboa: LIDEL

Richardsa, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27, 1209;1223.

Tung, V. & Ritchie, J. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386.

UNWTO. (2011). *Handbook on tourism product development*. Madrid: World Tourism Organization and The European Travel Commission.

Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 199;216.

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

O programa e modelo de avaliação não sofre alterações