

# NCE/14/00871 — Apresentação do pedido - Novo ciclo de estudos

---

## Apresentação do pedido

### Perguntas A1 a A4

---

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

*Instituto Politécnico De Bragança*

A1.a. Outras Instituições de ensino superior / Entidades instituidoras:

A2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.):

*Escola Superior De Comunicação, Administração E Turismo De Mirandela*

A3. Designação do ciclo de estudos:

*Marketing Turístico*

A3. Study programme name:

*Tourism Marketing*

A4. Grau:

*Mestre*

### Perguntas A5 a A10

---

A5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

*Turismo*

A5. Main scientific area of the study programme:

*Tourism*

A6.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF):

*812*

A6.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

*<sem resposta>*

A6.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

*<sem resposta>*

A7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

*90*

A8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de Março):

*3 semestres*

A8. Duration of the study programme (art.º 3 DL-74/2006, March 26th):

3 semesters

**A9. Número de vagas proposto:**

25

**A10. Condições específicas de ingresso:**

*Ser titular do grau de licenciado ou equivalente legal nas áreas do Turismo e do Marketing e áreas afins*

**A10. Specific entry requirements:**

*Holders of a degree or legal equivalente in Tourism and Marketing and related areas*

## Pergunta A11

---

### Pergunta A11

**A11. Percursos alternativos como ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):**

*Não*

**A11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento (se aplicável)**

**A11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, specialization areas of the master or specialities of the PhD (if applicable)**

Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento:

Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD:

*<sem resposta>*

## A12. Estrutura curricular

---

### Mapa I - Não aplicável

**A12.1. Ciclo de Estudos:**

*Marketing Turístico*

**A12.1. Study Programme:**

*Tourism Marketing*

**A12.2. Grau:**

*Mestre*

**A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):**

*Não aplicável*

**A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**

*Not applicable*

**A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained for the awarding of the degree**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos* / Optional ECTS*
Turismo/Tourism	Tur	66	0
Ciências Sociais/ Social Science	CS	6	0
Informática/Informatics	Inf	6	0
Marketing	Mkt	12	0
<b>(4 Items)</b>		<b>90</b>	<b>0</b>

## Perguntas A13 e A16

---

**A13. Regime de funcionamento:**

*Diurno*

**A13.1. Se outro, especifique:**

*<sem resposta>*

**A13.1. If other, specify:**

*<no answer>*

**A14. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:**

*EsACT- Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo*

**A14. Premises where the study programme will be lectured:**

*School of Communication, Public Management and Tourism*

**A15. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB):**

[A15.\\_R54.2014 regulamento creditacao.pdf](#)

**A16. Observações:**

*<sem resposta>*

**A16. Observations:**

*<no answer>*

## Instrução do pedido

### 1. Formalização do pedido

---

#### 1.1. Deliberações

##### Mapa II - Conselho Técnico-Científico

###### 1.1.1. Órgão ouvido:

*Conselho Técnico-Científico*

###### 1.1.2. Cópia de acta (ou extrato de acta) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[1.1.2.\\_Certidão MSc Ata CTC-EsACT 12\\_09\\_2014.pdf](#)

##### Mapa II - Conselho Pedagógico

###### 1.1.1. Órgão ouvido:

*Conselho Pedagógico*

###### 1.1.2. Cópia de acta (ou extrato de acta) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

1.2. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos

1.2. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos  
A(s) respectiva(s) ficha(s) curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa V.

*Ricardo Alexandre Fontes Correia*

## 2. Plano de estudos

---

Mapa III - - 1 semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

*Marketing Turístico*

2.1. Study Programme:

*Tourism Marketing*

2.2. Grau:

*Mestre*

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

*<sem resposta>*

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

*<no answer>*

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

*1 semestre*

2.4. Curricular year/semester/trimester:

*1 semester*

### 2.5. Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Metodologia de Investigação/ Research Methodology	CS	S	162	TP: 45 - OT:6	6	
Tendências em Turismo / Tourism Trends	Tur	S	162	TP: 45 - OT:6	6	
Marketing Turístico/Tourism marketing	Tur	S	162	TP: 45 - OT:6	6	
Comportamento do Consumidor Turístico / Touristic Consumer Behavior	Tur	S	162	TP: 45 - OT:6	6	
<b>(4 Items)</b>						

Mapa III - - 2 semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

*Marketing Turístico*

2.1. Study Programme:

*Tourism Marketing*

**2.2. Grau:**  
*Mestre*

**2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):**  
<sem resposta>

**2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**  
<no answer>

**2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*2 semestre*

**2.4. Curricular year/semester/trimester:**  
*2 semester*

2.5. Plano de Estudos / Study plan						
Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Comunicação em Turismo/ Tourism Communication	Mkt	S	162	TP:45 - OT: 6	6	
Marketing Digital aplicado ao Turismo / Tourism Digital Marketing	Inf	S	162	TP:45 - OT: 6	6	
Inovação em Turismo/Innovation in Tourism	Tur	S	162	TP:45 - OT: 6	6	
Seminário/Seminar	Tur	S	162	TP:45 - OT: 6	6	
<b>(4 Items)</b>						

### Mapa III - - 3 semestre

**2.1. Ciclo de Estudos:**  
*Marketing Turístico*

**2.1. Study Programme:**  
*Tourism Marketing*

**2.2. Grau:**  
*Mestre*

**2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):**  
<sem resposta>

**2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**  
<no answer>

**2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**  
*3 semestre*

**2.4. Curricular year/semester/trimester:**  
*3 semester*

## 2.5. Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dissertação /Projeto/Estágio de Natureza Profissional - Thesis/Project/Professional Internship (1 Item)	Tur	S	810	OT:60	30	

## 3. Descrição e fundamentação dos objectivos, sua adequação ao projecto educativo, científico e cultural da instituição, e unidades curriculares

### 3.1. Dos objectivos do ciclo de estudos

#### 3.1.1. Objectivos gerais definidos para o ciclo de estudos:

*Esta formação tem como objectivos principais:*

- Transmitir um conjunto de competências técnico-científicas que permitam alavancar o exercício da atividade na área do marketing turístico ao nível empresarial, organizacional e científico.
- Fomentar uma atitude proactiva e crítica relativa às componentes estratégicas e operacionais do marketing turístico capacitando os alunos para a detecção de oportunidades e desenvolvimento de propostas inovadoras capazes de lhes dar resposta.
- Dar a conhecer as melhores práticas de marketing turístico bem como os mais atuais desenvolvimentos teóricos da área.
- Capacitar os alunos para a investigação científica.

#### 3.1.1.1. Generic objectives defined for the study programme:

- To transmit a set of technical and scientific skills to enable leveraging the exercise of the activity in the tourism marketing to business, organizational and scientific level area.
- Encourage a proactive attitude and criticism on strategic and operational components of tourism marketing enabling students to detect opportunities and developing innovative proposals capable of meeting them.
- To publicize the best practices of tourism marketing as well as the latest theoretical developments in the area.
- To enable students to scientific research.

#### 3.1.2. Objectivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes:

- Percepção da envolvente e dinamismo associado ao turismo
- Domínio dos principais factores influenciadores da decisão de compra em turismo
- Desenvolvimento de políticas de comunicação para diversos públicos alvo
- Utilização eficaz dos meios digitais de análise e transmissão de informação
- Formulação de planos globais e específicos de Marketing
- Desenvolvimentos de novos produtos e experiências turísticas
- Capacidade de investigação no domínio do Marketing e do Turismo

#### 3.1.2. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be developed by the students:

- Perception of the environment and dynamism associated with tourism.
- Domain of the main factors influencing the purchase decision in tourism.
- Development of communication policies for diverse audiences.
- Effective use of digital media analysis and transmission of information.
- Formulation of global and specific marketing plans.
- New product developments and tourist experiences.
- Research capacity in the field of Marketing and Tourism.

#### 3.1.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa face à missão da instituição:

*Nos termos dos respectivos Estatutos, o Instituto Politécnico de Bragança (IPB) é uma instituição pública de ensino superior que tem por missão a criação, transmissão e difusão do conhecimento técnico-científico e do saber de natureza profissional, através da articulação do estudo, do ensino, da investigação*

*orientada e do desenvolvimento experimental. O IPB desenvolve esta missão em articulação com a sociedade, numa perspectiva de coesão territorial e de afirmação nacional e internacional, com vista ao desenvolvimento da Região. Por outro lado, existe na região um conjunto de oportunidades que decorrem das dinâmicas locais, dos recursos do território e dos recursos humanos, as quais permitem conceber o desenvolvimento da Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo (EsACT) num quadro estratégico de “novas realidades, novos rumos”, com um projeto educativo diferenciado.*

*Especificando ao nível da inserção do ciclo de estudo, a atividade pedagógica, técnica e científica da EsACT permitirá que este ciclo de estudos adicione valor, reforce e potencie os recursos turísticos (a natureza e paisagem; património histórico-cultural; termas; caça e pesca; aldeias rurais; gastronomia e produtos locais e artesanato), identificados como atividades prioritárias no capítulo do turismo dentro do plano regional de ordenamento do território do Norte.*

### **3.1.3. Insertion of the study programme in the institutional training offer strategy against the mission of the institution:**

*In accordance with the Polytechnic Institute of Bragança (IPB) statutes this one is a public institution of higher education whose mission is the creation, transmission and dissemination of technical and scientific knowledge and knowledge of a professional nature, through the articulation of study, the education, focused research and experimental development. The IPB develops this mission in conjunction with the society, from the perspective of territorial cohesion and national and international affirmation, for the development of the Region. On the other hand, it exists in the region a number of opportunities that arise from local dynamics, resource planning and human resources, which allows the development of the School of Communication, Public Management and Tourism (EsACT) according a strategic framework of "new realities, new directions ", with a distinctive educational project.*

*Specifying the level of insertion of the study cycle, the pedagogical activity, the technical and scientific EsACT allow this cycle of studies add value, strengthen and enhances tourism resources (nature and landscape, historical and cultural heritage; spa, hunting and fishing , rural villages, gastronomy and local products and handicrafts), identified as priority activities in tourism within the regional plan for the North Territory.*

## **3.2. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da Instituição**

### **3.2.1. Projeto educativo, científico e cultural da Instituição:**

*Organizado em cinco escolas, quatro das quais em Bragança e uma em Mirandela, o Instituto Politécnico de Bragança procura coordenar e agrupar áreas e competências específicas em cada uma das escolas, de forma a maximizar e a adequar o valor tecnológico e científico às características da região e da comunidade.*

*A consolidação das valências que identificam e distinguem a Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo (EsACT), no seio do Instituto Politécnico de Bragança, associados a uma imagem corporativa sólida, reconhecível e associada a uma cultura de excelência, baseada em práticas de gestão sustentada dos recursos, é um objectivo estruturante da Unidade Orgânica e do Instituto Politécnico de Bragança. Para a consolidação interna também contribuirá decisivamente o reforço de cooperação com o exterior, quer mediante parcerias estratégicas pontuais, quer mediante parcerias estratégicas de duração moderada, quer ainda com base em projetos estratégicos com entidades estrangeiras, que possibilitem o reconhecimento de excelência da formação ministrada e competências adquiridas.*

*Estes anseios apenas serão concretizáveis mediante o reconhecimento e dimensionamento da adequabilidade da oferta formativa bem como da valorização continua dos recursos humanos que a sustenta e dinamiza. Nesse sentido, enquadra-se no projeto educativo da EsACT a optimização de estruturas funcionais condizentes com a excelência preconizada, catalisadoras de dinâmicas de ensino e investigação de vanguarda.*

*Incentiva-se na EsACT uma cultura organizacional competitiva, positiva, de superação e excelência difundida e disseminada a todos os intervenientes em processos da Escola. A consciencialização, por cada individuo, de que a sua forma de atuar ao desempenhar a sua tarefa formará proporcionalmente parte do resultado total, conjuntamente com a percepção de que quanto melhor o seu desempenho, melhor será a qualidade total, competências, e conseqüente reconhecimento da instituição, constituirão um baluarte de excelência.*

*O projeto educativo da EsACT, está sustentado, num primeiro patamar em incluir cursos de especialização tecnológica, num segundo patamar nas licenciaturas reconhecidos como mais valia, quer para o mercado de trabalho, quer para a academia, quer ainda para o indivíduo, todas compreendidas nas áreas científicas da Comunicação, Administração e Turismo. Desta forma, os cursos de mestrado surgem como um nível superior de ensino que permite dar plena expressão à EsACT-IPB na sua missão de contribuir, na região, para a*

*qualificação profissional e o aumento da escolaridade da população portuguesa em geral, a transmissão do conhecimento e formando quadros superiores com competências convergentes com as necessidades da região.*

### **3.2.1. Institution's educational, scientific and cultural project:**

*Organized into five schools, four of which in Bragança and one in Mirandela the Polytechnic Institute of Bragança, attempts to coordinate and group areas and specific skills in each of the schools, in order to maximize the technological and scientific value to the regional characteristics and community. The consolidation of the valences that identify and distinguish the School of, Communication, Administration and Tourism (EsACT) within the Polytechnic Institute of Bragança, associated with a strong and recognizable corporate image grounded on a culture of excellence, based on management practices and sustainable resource, is a structural purpose of the Organic Unity and the Polytechnic Institute of Bragança. For internal consolidation it is also decisive the strengthening of cooperation with foreign countries, or specific strategic partnerships, either through strategic partnerships with moderate length, enabling the recognition of excellence of the training and skills acquired.*

*These longings are only achievable through the recognition and measurement of an adequate educational plan of valorization of human. In this sense, it fits into the educational project of EsACT the optimization of functional structures consistent with the recommended excellence, promoters of a governing dynamic toward excellence in teaching and research.*

*The EsACT promotes a competitive organizational culture, upholding an endless quest for quality and excellence that it spread and disseminated throughout all stakeholders. The awareness, by each individual, that his way of acting and to fulfill its task will form part proportionately of the overall result, together with the believe that better performance, better overall quality, skills, and consequent recognition of institution, will be a bastion of excellence. The educational project of EsACT is sustained, a first level to include technological specialization courses, in a second level degree courses, recognized by their added value to labor market or to the academia, all included in the scientific fields of Communication, Administration and Tourism. In this way the master programs emerge as a higher level of education that allows to give full expression to EsACT-IPB mission to contribute for professional qualifications in the region, the boost of the education of the Portuguese population in general, the transmission of knowledge and training senior skills convergent with the needs of the region.*

### **3.2.2. Demonstração de que os objetivos definidos para o ciclo de estudos são compatíveis com o projeto educativo, científico e cultural da Instituição:**

*Os objetivos propostos para o curso de mestrado em Marketing Turístico estão em perfeita concordância com a missão e estratégia definida para a Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo e para o Instituto Politécnico de Bragança, bem como com o projeto educativo e cultural que a Escola preconiza. A Escola possui recursos materiais, técnicos e humanos apropriados para garantir o ciclo de estudos que agora se propõe, assegurando aos alunos uma formação eminentemente prática, alicerçada porém em sólidos conhecimentos teóricos.*

*Uma parte significativa dos docentes associados a este ciclo de estudos desenvolve atividades de investigação em Centros de Investigação reconhecidos pela FCT, tendo desenvolvido diversos trabalhos de I&D em áreas consideradas relevantes para o curso. Tendo em conta que na região nenhuma outra Instituição leciona uma formação com as competências identificadas no mestrado de Marketing Turístico, o funcionamento deste mestrado permite que a EsACTIPB coloque à disposição da região profissionais altamente qualificados, capazes de gerar valor através da potenciação dos recursos turísticos existentes. De igual forma este ciclo de estudos permitirá desenvolver as competências científicas da EsACT-IPB numa das áreas consideradas mais estratégica para o seu projeto educativo.*

### **3.2.2. Demonstration that the study programme's objectives are compatible with the Institution's educational, scientific and cultural project:**

*The proposed Masters in Tourism Marketing has its goals in perfect agreement with the mission and strategy set for the School of Communication, Public Management and Tourism and the Polytechnic Institute of Bragança, as well as the educational and cultural project that the school advocates. The School has material, technical and human resources to ensure appropriate support to studies cycle now being proposed, providing students with an eminently practical training, based on solid theoretical knowledge. A significant proportion of teachers associated with this master program develops research activities in Research Centres recognized by the FCT, having developed numerous works and papers in areas considered relevant to the course. Given that no other institution in the region, where the EsACT is inserted, teaches training with the competencies identified in the Master of Tourism Marketing, the operation of this master allows EsACT-IPB to provide highly qualified professionals to the region able to create value by the potentiation of touristic resources. Simultaneously this Master will develop the scientific competences of EsACT-IPB researchers in one of the core areas for its educational project.*

### 3.3. Unidades Curriculares

#### Mapa IV - Metodologias de Investigação/Research Methodology

##### 3.3.1. Unidade curricular:

*Metodologias de Investigação/Research Methodology*

##### 3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Joana Maria Sampaio Rua Fernandes*

##### 3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*<sem resposta>*

##### 3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- 1. Conhecer as características e propriedades da metodologia de investigação;*
- 2. Desenvolver conhecimentos, capacidades e atitudes de investigação que facilitem a definição e construção de trabalhos científicos.*
- 3. Elaborar um projeto de investigação, com indicação clara dos objetivos e adequada fundamentação das hipóteses a testar;*
- 4. Recolher, organizar e tratar estatisticamente os dados de uma investigação;*
- 5. Conhecer e aplicar diferentes técnicas de análise qualitativa de dados;*
- 6. Conhecer os pressupostos subjacentes à validação de estudos qualitativos;*
- 7. Conhecer e saber utilizar um software de análise estatística;*
- 8. Interpretar e discutir os resultados, extraindo conclusões e implicações pertinentes;*
- 9. Redigir e apresentar o relatório final de investigação de acordo com as normas/regras em vigor;*

##### 3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- 1. Know the characteristics and properties of research methodology;*
- 2. Develop research knowledge, abilities and aptitudes that allow the definition and development of scientific assignments;*
- 3. Develop a research project, openly identifying the purpose and justifying the hypothesis to test;*
- 4. Collect, organize and statistically manipulate the research data;*
- 5. Know and apply different techniques of qualitative data analysis;*
- 6. Validate qualitative studies;*
- 7. Know and use a statistic software;*
- 8. Analyse and discuss the results, selecting the main conclusions;*
- 9. Write and present the final report.*

##### 3.3.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução à investigação científica  
O processo e as fases da investigação científica;  
Formulação do problema de investigação;  
Definição do objetivo, questão de investigação e hipóteses;  
Bases bibliográficas e Fontes;  
Aspectos éticos.*
- 2. Desenho da investigação  
Tipos de investigação;  
Metodologias de recolha de dados: Questionários e Entrevistas; Observação; Testes Psicológicos e Outras Medidas Padronizadas; Estudo de Documentos;  
Métodos de amostragem.*
- 3. Investigação qualitativa  
Apresentação das diferentes abordagens de análise na investigação qualitativa;  
Aplicação das técnicas de recolha de dados;  
Análise qualitativa de conteúdo;  
Validação de estudos qualitativos;  
Apresentação e interpretação dos resultados.*
- 4. Investigação quantitativa  
Análise de questionários e definição das variáveis;  
Preparação, transcrição e transformação de dados;  
Elaboração de uma base de dados;  
Recurso à Estatística para a análise de dados;  
Apresentação e interpretação dos resultados.*

### **3.3.5. Syllabus:**

#### *1. Introduction to scientific research*

*The process and the different phases of scientific research*

*Definition of the research problem*

*Definition of the objective, research question and hypothesis*

*Bibliography bases and sources*

*Ethical aspects concerning scientific research*

#### *2. Research design*

*Research types*

*Data collection techniques: questionnaire and interviews; observation; psychological tests and other standard measures; documental study*

*Sampling methods*

#### *3. Qualitative research*

*Different approaches in qualitative research*

*Qualitative content analysis*

*Qualitative studies validation*

*Analysis and presentation of the results*

#### *4. Quantitative research*

*Questionnaire analysis and variable definition*

*Prepare, transcript and data modification*

*Development of a Data base*

*Data Statistical analysis*

*Analysis and presentation of the results*

### **3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*O capítulo 1 e 2, sendo eminentemente teóricos, permitirão sensibilizar para os conceitos essenciais da metodologia de investigação e para os diferentes tipos de investigações existentes, conforme se espera nos objetivos de aprendizagem 1, 2, 3, 5 e 9.*

*O capítulo 3, mais direcionado para a investigação qualitativa, permite adquirir os conhecimentos e desenvolver a prática necessária para obter os objetivos de aprendizagem 5, 6, 8 e 9*

*Finalmente, o capítulo 4 permitirá aplicar os conceitos aprendidos, desenvolver aplicações on-line como uma das fontes de informação e utilizar a informação quantitativa obtida realizando o tratamento e análise dos dados, obtendo as conclusões possíveis, conforme se espera nos objetivos de aprendizagem 4, 7, 8 e 9.*

### **3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*Chapter 1 and 2, mostly theoretical, will allow the understanding of the main concepts of research methodology and also understand the different types of researches, as is intended in the 1st, 2nd, 3rd, 5th and 9th curricular unit's intended learning outcomes.*

*Chapter 3, which is more directed towards the qualitative research, will grant the students the necessary knowledge and training to achieve the curricular unit's intended learning outcomes number 5, 6, 8 and 9*

*Finally, chapter 4 will allow the practical use of the concepts learned and the use of the obtained information through the treatment and quantitative data analysis until the reach of the conclusions, as is expected in the learning outcomes number 4, 7, 8 and 9.*

### **3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A unidade curricular será lecionada através da exposição dos conteúdos teóricos (método expositivo), seguindo-se a análise e resolução de casos práticos (método demonstrativo). Para promover um maior envolvimento dos estudantes na aquisição de conhecimentos e competências serão distribuídos, para resolução e análise, casos práticos diversos. Será ainda utilizada ferramenta informática específica para a construção e aplicação de questionários online, bem como, software para análise de dados que permitirá de forma mais prática e real o tratamento da informação recolhida e a análise dos dados.*

*Alternativas de avaliação:*

*A época de avaliação final prevê uma avaliação distribuída ao longo do semestre com obrigatoriedade de realização de dois trabalhos de grupo ( cada um com a ponderação de 30%) e um exame final escrito (ordinário e trabalhador-estudante, com a ponderação de 40%). Nas épocas de recurso e especial, o sistema de avaliação prevê um exame final escrito com ponderação de 100%.*

### **3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):**

*The course unit will be taught through the theoretical contents exhibition (expositive method), followed by the analysis and resolution of case studies (demonstrative method). To promote greater students involvement in the acquisition of knowledge and skills case studies will be distributed in order to proceed*

to its resolution and analysis. Software will be used, specific to develop and implement online questionnaires and also to statistically analyze data, which will allow in a more practical and real way, data treatment and analysis.

**Assessment methods:**

The final evaluation foresees an assessment distributed throughout the semester with two compulsory work essay (weighting 30% each of the final grade) and a final written exam (for both ordinary and student worker, weighting 40% of the final grade). For supplementary and special assessments, the evaluation process provides a final written exam weighting 100% of the final mark.

### **3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

O método expositivo permite aos alunos adquirir um conhecimento aprofundado dos conceitos teóricos subjacentes à temática dos métodos de investigação e compreender a importância dos mesmos, bem como conhecer e selecionar as diferentes técnicas que existem, conforme se pretende nos objetivos de aprendizagem 1, 2, 3, 5, 6 e 9.

Por outro lado, o recurso às aulas de carácter teórico-prático, onde, para além dos conceitos teóricos são propostos aos alunos a análise de casos práticos e o desenvolvimento de trabalhos de grupo, permite trabalhar várias simulações de tarefas a realizar ao nível dos projetos de investigação, definidas nos objetivos de aprendizagem da unidade curricular 3,4,5, 8 e 9.

A obtenção dos objetivos de aprendizagem 4 e 7 é suportada também pela utilização de ferramentas informáticas. A utilização de ferramenta disponibilizada online, nomeadamente para a elaboração e implementação de questionários dotará os alunos da capacidade para executar recolhas de informação. O software estatístico utilizado permitirá aos alunos perceber como se procede ao tratamento e análise de dados, necessários à elaboração do relatório final.

### **3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

The explanatory method allows the students to acquire a broad knowledge of the main theoretical concepts of research methodology, to understand the importance of market research, and also to know and select the adequate market research as is intended in the learning outcomes 1, 2, 3, 5, 6 and 9.

On the other hand, the use of practical classes where the students can obtain the conceptual knowledge and where the students can also analyze practical cases and develop group assignments, will allow the simulation of several tasks at research project level, as sustained in the learning outcomes 3, 4, 5, 8 and 9.

The achievement of learning outcomes 4 and 7 is sustained by the use of informatics tools. The use of online software designed to write and implement online questionnaires will empower the students with competencies to collect information. The statistic software will grant the students a greater understanding about data collection and analysis needed to elaborate the final report.

### **3.3.9. Bibliografia principal:**

Christensen, L., Johnson, R. & Turner, L. (2013). *Research Methods, Design, and Analysis*. 12th Edition. New Jersey: Pearson. ISBN 978-0205961252.

Coutinho, C. (2010). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina. ISBN 9789724051376.

Creswell, J. (2013). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th edition. California: SAGE Publications, Inc. ISBN 978-1452226101.

Evans, J. (2012). *Statistics, Data Analysis, and Decision Modeling*. 5th edition. New Jersey: Pearson. ISBN 978-0132744287.

## **Mapa IV - Tendências em Turismo**

### **3.3.1. Unidade curricular:**

*Tendências em Turismo*

### **3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Lucília Maria Ferreira Alves Cardoso*

### **3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*<sem resposta>*

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

- Conhecer e estudar o turismo em relação às novas práticas socioeconómicas que atuam sobre os mercados e suscitam novos modelos de consumo turístico.
- Introduzir algumas técnicas de investigação que possibilitem a identificação de formas emergentes de turismo e processos de transformação de práticas turísticas.
- Rever bibliografia, desde a teoria à prática de investigação, para identificar modelos turísticos e tipos de consumo/consumidores.
- Antecipar e desenhar/renovar produtos turísticos e recorrer a tecnologias inovadoras de forma inteligente e sobre a base das novas preferências dos consumidores.

### 3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- Knowing and studying tourism in relation to new socio-economic practices that act on the markets and give rise to new models of tourist consumption.
- Introduce some research techniques which allow the identification of emerging forms of tourism and transformation processes of tourist practices.
- Review bibliography, from theory to practice, research to identify models of interest and consumer/consumer types.
- Anticipate and to draw/renew tourism products and use innovative technologies in a smart way and on the basis of new consumer preferences.

### 3.3.5. Conteúdos programáticos:

1.Consolidação e sistematização dos principais conceitos associados ao turismo com base na visão sistémica do turismo:

- Tipologias de turismo;
- Tipologias de Consumidores Turísticos;
- Tipologias de Produtos Turísticos;
- Imagem dos destinos turísticos.

2.Novas Tendências Sociais do turismo:

- A Nova era da Recreação e Lazer;
- Culturas e multiculturalismo no mundo globalizado;
- A dimensão de género no turismo;
- O Turismo Interno: Evolução e Perspectivas de Futuro;
- Turismo Internacional: tendências regionais e internacionais.

3.Novas Tendências de Consumo Turístico:

- Sellsumers;
- Maturalism;
- Point&Know&Buy;
- Eco-superior;
- Made for Bric.

4.A era Digital no turismo:

- Turismo P2P (“peer to peer”);
- Plataformas P2P de turismo colaborativo;
- Novas Tecnologias – APPS;
- Eco Viagens e Eco Etiqueta/marca;
- Bookdifferent;
- Turísmologo Renovado.

### 3.3.5. Syllabus:

1.Consolidation and systematization of the key concepts associated with tourism based on systemic vision of tourism:

- Typologies of tourism;
- Typologies of Tourist Consumers;
- Typologies of tourist products;
- Image of tourist destinations.

2.New social trends of tourism:

- The new era of the recreation and leisure;
- Cultures and multiculturalism in the globalised world;
- The gender dimension in tourism;
- Domestic tourism: evolution and future prospects;
- International tourism: regional and international trends.

### 3. New trends of Tourism Consumption:

- Sellsumers;
- Maturalism;
- Point&Know&Buy;
- Eco-superior;
- Made for Bric.

### 4. The Digital era in tourism:

- P2P tourism ("peer to peer");
- P2P platforms of collaborative tourism;
- New Technologies-APPS;
- Eco travel and Eco label/brand;
- Bookdifferent;
- Turísmology Renewed

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

*A estruturação dos conteúdos foi efetuada considerando a necessária adequação dos mesmos aos objetivos da unidade curricular, e, perante as exigências do turismo, há necessidade de abordagem dos conceitos de forma transversal e sistémica. Foi contemplado ainda, uma abordagem transversal dos conceitos e processos fundamentais dos enquadramentos e das tendências globais e setoriais do Turismo, com predominância para as novas tendências do turismo a nível social, de consumo e comportamento digital. Esta abordagem tem em vista a necessidade de facultar aos discentes uma visão teórica, prática e global sobre o lado da oferta e da procura turística, assim como as tendências que o setor turístico tem vindo a sofrer devido às tecnologias inovadoras das últimas décadas.*

### 3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

*The structuring of the content was made considering the necessary adaptation of the same curricular unit objectives, and, due to the demands of tourism, there is a need to approach the concepts in a transversal and systemic way. It was still contemplated a transversal approach of fundamental concepts and processes and frameworks of global trends and the tourism sector, with predominance to new trends of social tourism, and consumer digital behavior. This approach aims at the need to provide the students a theoretical, practical and global vision on the side of the tourist supply and demand, as well as the trends that the tourist sector has been suffering due to innovative technologies in recent decades.*

### 3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*A metodologia de estudo assenta na vertente teórica e prática. Na primeira, os suportes de apoio às aulas, assim como, a bibliografia de referência terão um papel fundamental. Relativamente à componente prática, serão efetuados estudos às novas tendências da oferta e procura turística, que serão objeto de adequada organização e monitorização. Por outro lado, nas aulas, recorrer-se-á sistematicamente a exemplos práticos a nível nacional e internacional.*

*A nota final da Unidade Curricular (numa escala de 0 a 20 valores) será atribuída, tendo por base a seguinte ponderação:*

- Trabalho de grupo (máximo 3 elementos) com apresentação e debate em sala de aula: 40%
- Participação nas aulas: 10%
- Teste final (centrado no programa apresentado em aula e textos complementares fornecidos pelo professor ou indicando referência bibliográfica): 50%

### 3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

*The study methodology is based on the theoretical and practical aspects. In the first on, support brackets to classes, as well as the bibliography of reference will have a key role. As regards the practical component, studies will be carried out to new trends of tourist supply and demand that will be object of proper organization and monitoring. On the other hand, in class, will be approached systematically the nationally and internationally practical examples.*

*The final grade in the Curricular Unit (on a scale of 0 to 20) will be assigned based on the following weighting:*

- Group project (max. 3 elements) with presentation and debate in the classroom: 40%
- Class participation: 10%
- Final exam (centered in the program presented in class and supplementary texts provided by the teacher or indicating bibliographic reference): 50%

### 3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade

**curricular:**

*O ensino recorre a uma metodologia de natureza híbrida que engloba a vertente de exposição dos conteúdos teóricos, complementados pela leitura e análise de documentos por parte dos alunos dentro e fora da sala de aula. Esta dimensão será articulada com a dinâmica participativa/comunicativa valorizando o estudo de casos e incentivando os discentes a título individual (como reforço da aprendizagem) a sugerir soluções para as novas tendências do turismo.*

**3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The teaching methodology uses a hybrid nature that encompasses the aspect of exposure of theoretical content, supplemented by reading and analyzing documents from students inside and outside the classroom. This dimension will be linked with the participatory dynamic / communicative valuing the case studies and encouraging students individually (as reinforcement learning) to suggest solutions to the new trends of tourism.*

**3.3.9. Bibliografia principal:**

*Buhalis, Dimitrios e Costa, Carlos (2006), "Tourism business frontiers: consumers, products and industry", Butterworth-Heinemann/Elsevier, Burlington*

*Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. e Wanhill, S. (2007), Turismo, princípios e prática, 3.ª edição, Bookman, Porto Alegre*

*Ian Yeoman with TanLi Yu Rebecca, Michelle Mars and Mariska Wouters (2013), "2050: tomorrow's tourist, Annals of Tourism Research, Vol. 41, pp. 257–258, 2013*

*Valls, Josep-Francesc (2000), "Gestión de empresas de Turismo y Ócio", Ediciones Gestión 2000, SA, Barcelona*

*SACRAMENTO, Octávio e Fernando Bessa Ribeiro (2014), "Trópicos sensuais: a construção do Brasil como geografia desejada", Bagoas – Estudos Gays, Género e Sexualidades, n.º 10, 215 232.*

*Santos, F. e Esperança, E. (2011). Turismo Residencial - Modos de estar noutra lugar, Lisboa: Edições Colibri.*

*Singh, Raj Kumar (2006), "Modern Trends in Hospitality Industry", Vedams*

**Mapa IV - Marketing Turístico/Tourism Marketing**

**3.3.1. Unidade curricular:**

*Marketing Turístico/Tourism Marketing*

**3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Ricardo Alexandre Fontes Correia*

**3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*<sem resposta>*

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

- Aquisição dos principais conceitos de marketing.*
- Percepção da especificidades do marketing em Turismo.*
- Compreensão da atividade dos diversos atores turísticos enquadrada nas variáveis principais do marketing.*
- Entendimento dos princípios Inerentes às Marcas*
- Planeamento da atividade de marketing.*

**3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**

- Acquisition of the key marketing concepts.*
- Perception of marketing specificities in tourism.*
- Understanding tourism actors activity under the main marketing variables.*
- Perception of branding principles.*

*- Planning of marketing activity.*

### **3.3.5. Conteúdos programáticos:**

- 1. Princípios basilares do Marketing*
- 2. O Marketing em Turismo*
- 3. Marketing Mix em Turismo*
- 4. Marcas Turísticas*
- 5. Planeamento de Marketing*

### **3.3.5. Syllabus:**

- 1. Marketing Key Principles*
- 2. Marketing in Tourism*
- 3. Tourism Marketing Mix*
- 4. Tourism Brands*
- 5. Marketing Planning*

### **3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*Os conteúdos programáticos traduzem os objectivos de aprendizagem da unidade curricular conforme se depreende do relacionamento e indexação entre os mesmos que se apresenta.*

- 1. Princípios basilares do Marketing - Aquisição dos principais conceitos de marketing.*
- 2. O marketing em Turismo - Percepção da especificidades do marketing em Turismo.*
- 3. Marketing Mix em Turismo - Compreensão da atividade dos diversos atores turísticos enquadrada nas variáveis principais do marketing.*
- 4. Marcas Turísticas - Entendimento dos princípios Inerentes às Marcas*
- 5. Planeamento de Marketing - Planeamento da atividade de marketing*

### **3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The syllabus reflect the curricular unit's intended learning outcomes as presented in the following correspondence*

- 1. Marketing Key Principles - Acquisition of the key marketing concepts.*
- 2. Marketing in Tourism - Perception of marketing specificities in tourism.*
- 3. Tourism Marketing Mix - Understanding tourism actors activity under the main marketing variables*
- 4. Tourism Brands - Perception of branding principles*
- 5. Marketing Planning - Planning of marketing activity*

### **3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Cada aula terá, componentes teóricas e práticas. As metodologias terão ênfase nos métodos ativos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros.*

- 1. Avaliação Distribuída*
  - Exame Final Escrito - 30%*
  - Estudos de Casos - 70%*
- 2. Avaliação por Exame Final*
  - Exame Final Escrito - 100%*
- 3. Erasmus - Incoming Students*
  - Estudo de Casos - 100%*
- 4. Avaliação por Exame Final Erasmus-Outgoing*
  - Exame Final Escrito - 100%*

### **3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):**

*Expository and practical lessons of the syllabus content. Methods involving active participation of students with case studies and exploration papers analyses.*

**1. Distributed Assessment**

- Final Written Exam - 30%

- Case Studies - 70%

**2. Final Exam Assessment**

- Final Written Exam - 100%

**3. Incoming Erasmus Assessment**

- Case Studies - 100%

**4. Outgoing Erasmus Students Assessment**

- Final Written Exam - 100%

**3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*As metodologias ajustam-se aos objectivos, visto que os mesmos requerem um equilíbrio entre exposições teóricas casos práticos e participação ativa dos alunos. Os casos práticos irão igualmente permitir que se ganhe um maior conhecimento dos princípios do marketing aplicados à realidade turística.*

**3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The methodology is coherent with the objectives outlined since they require a balance between lectures, case studies and active participation of students. The case studies will allow students to reinforce the knowledge of marketing principle applied to tourism context.*

**3.3.9. Bibliografia principal:**

*GRONROOS, C. (2007). Service Management and Marketing: Customer Management in Service. John Wiley & Sons. ISBN: 978-0470028629*

*KOTLER, P., BOWEN, J. e MAKENS, J. (2009). Marketing for Hospitality and Tourism Fifth Edition, Pearson. ISBN 978-0-13-245313-4*

*McCABE, S. (2009). Marketing Communications in Tourism & Hospitality, Concepts, Strategies and Cases. Elsevier ISBN 978-0-7506-8277-0*

*MIDDLETON, V., FYALL, A., MORGAN, M. and RANCHHOD, A. (2009). Marketing in Travel and Tourism. 4rd edition, Elsevier, Oxford. ISBN 978-0750686938*

**Mapa IV - Comportamento do Consumidor Turístico/Tourist Consumer Behavior**

**3.3.1. Unidade curricular:**

*Comportamento do Consumidor Turístico/Tourist Consumer Behavior*

**3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*José Paulo Ribeiro Castro*

**3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*<sem resposta>*

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

*Enquadrar conceptual e teoricamente o comportamento do consumidor;*

*Analisar a Importância do comportamento do consumidor para o marketing.*

*Compreender o processo de decisão de compra do consumidor turístico.*

*Conhecer e explicar os elementos, internos e externos, que motivam o consumidor turístico.*

**3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**

*Conceptual framing and theoretically consumer behavior.*

*Analyze the importance of consumer behavior for marketing.*

*Understand the process of purchase decision of the tourist consumer.*

*Know and explain the elements, internal and external, that motivate the tourist consumer.*

*Identify the needs and desires of the tourist consumer.*

### **3.3.5. Conteúdos programáticos:**

*1 - Comportamento do consumidor: definição e importância.*

*2 - A história e as teorias do comportamento do consumidor.*

*3 - Importância do comportamento do consumidor para o marketing.*

*4 - Mercado e consumo e o comportamento de compra.*

*5 - Determinantes internos do comportamento do consumidor (necessidades, motivações e desejos, percepção, atitudes, aprendizagem e personalidade).*

*6 - Determinantes externos do comportamento do consumidor (grupos e classes sociais, fatores demográficos e económicos).*

*7 - Diferenças individuais dos consumidores (recursos, motivação, envolvimento, conhecimento, atitude, personalidade, valores, estilo de vida).*

### **3.3.5. Syllabus:**

*1 - Consumer behavior: the definition and importance.*

*2 - The history and theories of consumption.*

*3 - The importance of consumer behavior for marketing.*

*4 - Market, consumption and buying behavior.*

*5 - Internal determinants of consumer behavior (needs, motivations and desires, perceptions, attitudes, learning and personality).*

*6 - External determinants of consumer behavior (social groups and classes, demographic and economic factors).*

*7 - Individual differences of consumers (resources, motivation, involvement, knowledge, attitude, personality, values, lifestyle).*

### **3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*Os conteúdos programáticos foram elencados de modo a concretizar os objetivos enunciados e a desenvolverem as competências designadas.*

*Neste sentido, a abordagem integrada e progressiva da UC permitirá que os alunos desenvolvam os conhecimentos e as competências previstas nos objetivos, garantindo-se, desta forma, a coerência entre os conteúdos programáticos.*

### **3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The contents were listed in order to achieve the goals primarily set and develop the competencies assigned.*

*In this sense, the integrated and progressive approach to the Curricular Unit will allow students to develop the knowledge and skills set out in the objectives, ensuring the consistency within the syllabus.*

### **3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*A especificidade dos conteúdos programáticos requer a adoção de metodologia de ensino que possibilitem a aquisição, pelos alunos, das competências exigidas na unidade curricular.*

*Neste sentido, a metodologia basear-se-á nas seguintes e principais atividades:*

*Exposição oral de conteúdos programáticos, recorrendo aos conhecimentos prévios dos alunos, análise de estudos de caso e à utilização instrumentos audiovisuais.*

*Envolvimento ativo dos alunos, em contexto de aula, no processo de construção do seu conhecimento. Leitura de textos e documentos que permitam aprofundar os conteúdos abordados na unidade curricular. A avaliação é do tipo distribuída com prova intercalar escrita (50%) e realização de trabalhos práticos (50% - apresentação e trabalhos escritos).*

### **3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):**

*The specificity of the syllabus requires the adoption of methodology and teaching techniques that enable the acquisition by the students of the skills required in the curricular unit.*

*Accordingly, the method will be based on the following and main activities:*

*Oral presentation of course content, using the students' prior knowledge, analysis of case studies and the use of audiovisual tools.*

*Active involvement of students in the classroom context, in the process of construction of knowledge.*

*Reading texts and documents enabling deepen the content covered in the curricular unit.*

*Assessment is distributed by a written examination (50%) and a practical work (50% - presentation and written assignments).*

### **3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*Ao definir a metodologia procurou-se ter presente os objetivos de aprendizagem elencados para a unidade curricular e, ainda, atender a algumas necessidades dos alunos enquanto futuros profissionais de marketing.*

*A metodologia adotada contempla uma componente teórica e prática para que os alunos adquiram conhecimento, competências, capacidade de reflexão e análise crítica.*

### **3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*When defining the methodology we sought to have the learning objectives listed for the course and also meet some of the needs of students as future marketing professionals.*

*The methodology includes both a theoretical and practical components both directed for students to acquire knowledge, skills, capacity for reflection and critical analysis.s: (3000 characters)*

### **3.3.9. Bibliografia principal:**

*Alonso, R. J. & Grande, E. I. (2010). Comportamiento del Consumidor. Madrid: ESIC Editorial.*

*Blackwell, R, Miniard, P, & Engel, J. (2008). Comportamento do Consumidor. São Paulo: Thomson Pioneira.*

*Coney, D. Mothersbaugh, D. & Best, R. (2009). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. Irwin: McGraw-Hill*

*Giglio, E. M. (2002). O comportamento do consumidor. . São Paulo: Thomson Learning.*

*Kotler, P., Armstrong, G., Harker, M., & Brennan, R. (2012). Marketing: An Introduction. Essex: Pearson Education.*

## **Mapa IV - Comunicação em Turismo / Communication in Tourism**

### **3.3.1. Unidade curricular:**

*Comunicação em Turismo / Communication in Tourism*

### **3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Paula Odete Fernandes*

### **3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*<sem resposta>*

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

*1. Fornecer o quadro conceptual da comunicação no marketing ao nível operacional e estratégico.*

*2. Esclarecer as especificidades da comunicação na industria turística.*

3. *Transmitir os conhecimentos necessários para o desenvolvimento políticas de comunicação para produtos e destinos turísticos.*

4. *Compreender as dinâmicas atuais da comunicação em turismo.*

**3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**

1. *Provide the conceptual framework of marketing communication in the operational and strategic level.*

2. *Clarify the specifics of communication in the tourism industry.*

3. *Transfer the knowledge necessary for the development of communication policies for tourism products and destinations.*

4. *Understand the current dynamics of communication in tourism.*

**3.3.5. Conteúdos programáticos:**

1. *A comunicação e o marketing*

- *Comunicação: âmbito e objectivos*
- *Alguns modelos e teorias da comunicação*
- *A Política de Comunicação*
- *A comunicação nos serviços e nos produtos*

2. *Desenho das estratégias de comunicação em turismo*

- *Identificação do público-alvo*
- *Determinação dos objectivos de comunicação*
- *Desenho da mensagem*
- *Seleção dos canais de comunicação*
- *Orçamento*
- *Mix da comunicação*
- *Controlo*

3. *Promoção de produtos e destinos turísticos*

- *Objectivos*
- *Os principais meios de Promoção*
- *Desenvolvimento de programas de Promoção*
- *Controlo*

4. *Novas formas de comunicação em turismo*

- *Evolução dos Meios de Comunicação tradicionais*
- *A Internet como principal forma de venda de produtos e destinos turísticos*
- *Conteúdos e estratégias da Publicidade via Web*

**3.3.5. Syllabus:**

1. *The communication and marketing*

- *Communication: scope and objectives*
- *Some models and theories of communication*
- *The Politics of Communication*
- *Communication on services and products*

2. *Design of communication strategies in tourism*

- *Identification of the target audience*
- *Determination of communication objectives*
- *Drawing the message*
- *Selection of communication channels*
- *Budget*
- *Mix of communication*
- *Control*

3. *Promotion of tourism products and destinations*

- *Objectives*
- *The main means of Promotion*
- *Promotion Development programs*
- *Control*

#### *4. New forms of communication in tourism*

*- Evolution of Traditional Media Communication*

*- The Internet as the main way of selling products and tourist destinations*

*- Content and Web Advertising Strategies*

#### **3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*Os conteúdos programáticos traduzem os objetivos de aprendizagem da unidade curricular conforme se depreende do relacionamento do relacionamento entre ambos que se apresenta:*

*O capítulo um permite dar resposta ao primeiro objetivo de aprendizagem porquanto fornecerá o quadro conceptual da comunicação no marketing ao nível operacional e estratégico*

*O capítulo dois tem uma correspondência direta com o segundo e terceiros objetivos de aprendizagem.*

*O capítulo três está indexado ao terceiro objetivo de aprendizagem.*

*O capítulo quatro permite dar resposta ao quarto objetivo de aprendizagem da unidade curricular relacionado com as dinâmicas atuais da comunicação em turismo.*

#### **3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The syllabus reflect the curricular unit's intended learning outcomes as presented in the following correspondences:*

*Chapter one addresses the first learning objective because it provides the conceptual framework of communication in marketing at the operational and strategic level.*

*Chapter two has a direct correspondence with the second and third learning objectives.*

*Chapter three is indexed to the third learning objective.*

*Chapter four can address the fourth learning objective of the course related to the current dynamics of communication in tourism.*

#### **3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Cada aula terá, componentes teóricas e práticas. As metodologias terão ênfase nos métodos ativos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros.*

##### *1. Avaliação Distribuída*

*- Exame Final Escrito - 30%*

*- Estudos de Casos - 70%*

##### *2. Avaliação por Exame Final*

*- Exame Final Escrito - 100%*

##### *3. Erasmus - Incoming Students*

*- Estudo de Casos - 100%*

##### *4. Avaliação por Exame Final Erasmus-Outgoing*

*- Exame Final Escrito - 100%*

#### **3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):**

*Each class will have theoretical and practical components. The methodologies will focus on active methods, using discovery methods, presentation of issues, debate, autonomous work, mixed expository methods and case studies, among others.*

##### *1. Distributed Evaluation:*

*Final Written Exam – 30%*

*Case Studies – 70%*

**2. Evaluation by Final Exam:**  
*Final Written Exam - 100%*

**3. Incoming Erasmus Evaluation:**  
*Case Studies - 100%*

**4. Outgoing Erasmus Students Evaluation:**  
*Final Written Exam - 100%*

**3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*As metodologias ajustam-se aos objetivos, visto que os mesmos requerem um equilíbrio entre exposições teóricas casos práticos e participação ativa dos alunos. Os casos práticos irão igualmente permitir que se ganhe um maior conhecimento de estratégias de comunicação em turismo*

**3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The methodology is coherent with the objectives outlined since they require a balance between lectures, case studies and active participation of students. The case studies will allow students to reinforce the knowledge of specific communication strategies in tourism.*

**3.3.9. Bibliografia principal:**

*BUHALIS, D (2003) eTourism: information technology for strategic tourism management, Prentice Hall, England ISBN 978-0582357402*

*McCABE, S. (2009). Marketing Communications in Tourism & Hospitality, Concepts, Strategies and Cases. Elsevier ISBN 978-0-7506-8277-0*

*MIDDLETON, V., FYALL, A., MORGAN, M. and RANCHHOD, A. (2009). Marketing in Travel and Tourism. 4rd edition, Elsevier, Oxford. ISBN 978-0750686938*

*PIKE, S. (2011) Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach, Elsevier ISBN: 978-0750686495*

**Mapa IV - Marketing Digital aplicado ao Turismo/ Digital Marketing applied to Tourism**

**3.3.1. Unidade curricular:**

*Marketing Digital aplicado ao Turismo/ Digital Marketing applied to Tourism*

**3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Elisabete da Anunciação Paulo Morais*

**3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*<sem resposta>*

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

*O objetivo da unidade curricular é a aquisição de uma base teórico-prática sobre criação de conteúdos digitais que possam ser utilizados em campanhas de marketing digital.*

*Competências genéricas:*

*- Capacidade para aprender e aplicar conhecimentos gerais de marketing digital.*

*- Capacidade crítica para desenvolver e aplicar soluções criativas a casos práticos;*

*- Capacidade para pesquisar, interpretar e integrar diversas fontes de informação;*

*- Capacidade para analisar problemas no âmbito da sua profissão e propor soluções viáveis*

*Competências específicas:*

*- Capacidade para planear e gerir conteúdos para a web;*

*- Capacidade para criar suportes de comunicação digital recorrendo a plataformas de desenvolvimento para a web*

*- Capacidade para planear e implementar campanhas de marketing digital na Internet*

### 3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*The main objective of the course is the acquisition of theoretical and practical knowledge to create digital contents that can be used in digital marketing campaigns.*

*Generic competencies:*

- Capacity to learn and apply general knowledge of digital marketing.
- Critical thinking to develop and apply creative solutions to practical cases;
- Capacity to research, interpret and integrate different sources of information;
- Capacity to analyze problems in the digital marketing profession and propose viable solutions.

*Specific competencies:*

- Capacity to plan and manage contents for the web;
- Capacity to create digital pieces of communication using frameworks for web development;
- Capacity to plan and implement digital marketing campaigns through internet

### 3.3.5. Conteúdos programáticos:

*1 eTurismo: interação entre TIC's e o Turismo*

- Tecnologias da Informação e Comunicação
- Impacto das TIC's no Turismo
- Gestão do Turismo na era digital

*2 Marketing Digital*

- Introdução ao Marketing Digital
- Desenvolvimento de Estratégias para a Internet
- Social Media Marketing
- Mobile Marketing

*3 Comunicação de marketing em canais digitais*

*3 Implementação de campanhas de marketing digital*

- Criação de bases de dados de contactos
- Desenvolvimento de suportes de comunicação
- Implementação e teste das campanhas
- Avaliação de resultados.

### 3.3.5. Syllabus:

*1 eTourism: interaction between ICT's and Tourism*

- Information and Communication Technologies
- Impact of ICT's in Tourism
- Tourism Management in the digital era

*2 Digital Marketing*

- Introduction to Digital Marketing
- Development of strategies for the internet
- Social Media Marketing
- Mobile Marketing

*- Marketing Communication in digital channels*

*3 Implementation of digital marketing campaigns*

- Creation of contacts databases
- Development of communication supports
- Implementation of the campaigns and tests

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

*O principal objetivo da unidade curricular é preparar os alunos para o planeamento e implementação de campanhas de marketing digital. Neste sentido, é dada uma panorâmica geral sobre o que é o marketing digital e como pode ser utilizado na promoção de atividades turísticas. Nas aulas práticas são ministrados conhecimentos básicos de web design e são executados exercícios que permitem aos alunos adquirir, passo a passo, as competências específicas para criação de conteúdos digitais com recurso a aplicações de web publishing.*

### 3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

*The main objective of the course is the acquisition of theoretical and practical knowledge to plan and implement digital marketing campaigns through Internet. In this sense, it is given a general view about what is the marketing digital and how it can be applied to promote touristic activities. In the practical classes are done exercises that allow students to acquire the necessary competencies to create digital contents using web publishing applications.*

### 3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*A metodologia de ensino/aprendizagem nas aulas teóricas apoia-se no método expositivo para aplicar os*

conceitos e técnicas. Nas aulas práticas a aula inicia-se com uma explicação sobre os objetivos a atingir com os exercícios a desenvolver na aula e segue-se a resolução em aula de cada exercício prático. O processo de avaliação compreende duas opções: a avaliação contínua e a avaliação final. A avaliação contínua inclui 3 componentes: I) um teste teórico com ponderação de 40%. II) 2 mini projetos com a ponderação de 30% cada um. A avaliação final consiste num exame escrito, sem consulta, com cotação de 20 valores.

### 3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

*The teaching/learning process includes lectures to explain the concepts and techniques. In the practical classes the class starts with a brief explanation of the objectives of the exercises to do during the class after which the students begin to solve the exercise in the computer. The evaluation has two options: the continuous evaluation and the final evaluation. The continuous evaluation includes 3 components: i) an individual examination (40%); II) two mini projects (30% each one). The final evaluation is a written examination, no consulting, accounting for 20 values.*

### 3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

*O processo de ensino/aprendizagem inclui a aula clássica para apresentar os principais tópicos do programa numa perspetiva de índole científica. As aulas práticas são, no entanto, o principal instrumento para aquisição de competências no âmbito desta unidade curricular. A resolução de inúmeros exercícios práticos com recurso ao mais recente software de web publishing permite que os objetivos propostos para a unidade curricular sejam atingidos.*

### 3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

*The teaching/learning process includes lectures to present the main topics of the course in a theoretical way. The practical classes are however, the main tool for the acquisition of the competencies to plan and create digital contents. The resolution of numerous practical exercises using the most recent software for web publishing enables the achievement of the unit objectives.s: (3000 characters)*

### 3.3.9. Bibliografia principal:

*Robbins, J., (2012) Learning Web Design: A beginner's Guide to (X)HTML, Style Sheets, and web graphics, 4th Edition, O'Reilly, Cambridge*  
*Krum, C., (2010) Mobile Marketing – Finding your customers no matter where thy are, Pearson Education, Indianapolis Fill, C.,(2009) Marketing Communications: interactivity, communities and content, Prentice Hall, 5th Edition, England*  
*Pavlik, John (2008) Media in Digital Age, Columbia University Press, New York*  
*Stone, B., Jacobs, R., (2008), Successful Direct Marketing Methods: Interactive, Database, and Customer-based Marketing for Digital Age, McGraw-Hill*  
*Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., Johnston, K. (2008), Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall, 4th Ed*  
*Chaffey, D. (2007), Total E-Mail Marketing: Maximizing Your Results From Integrated E-Marketing, Elsevier, 2th Ed.*

## Mapa IV - Inovação em Turismo/ Innovation in Tourism

### 3.3.1. Unidade curricular:

*Inovação em Turismo/ Innovation in Tourism*

### 3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*Rossana Andreia Neves dos Santos*

### 3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:

*<sem resposta>*

### 3.3.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*Desenvolver um conjunto de competências no domínio da inovação em Turismo;*

*Identificar áreas onde possam vir a desenvolver investigação.*

*Desenvolver capacidades técnico-científicas no sentido da aplicação desses conhecimentos em situações*

práticas.

*Aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes:*

*Compreender os conceitos de inovação e analisar a posição de Portugal no que concerne à inovação, no contexto da União Europeia ;*

*Identificar alternativas diferentes e constrangimentos da inovação em serviços;*

*Conhecer modelos utilizados na condução de projetos de inovação em Turismo e os desafios inerentes à implementação de projetos inovadores;*

*Compreender a relação entre a inovação e o empreendedorismo no Turismo.*

### **3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**

*Develop a set of competences in the field of innovation in tourism;*

*Identify areas where they may come to develop investigation.*

*Develop scientific and technical capabilities in the sense of the application of that knowledge in practical situations.*

*Skills and competences to develop by students:*

*Understand the concepts of innovation and analyze the position of Portugal with regard to innovation, in the context of the European Union;*

*Identify different alternatives and constraints of innovation in services;*

*Understand the relationship between innovation and entrepreneurship in tourism.*

### **3.3.5. Conteúdos programáticos:**

*1. Conceito de inovação*

*2. Tipos de inovações*

*3. Processo de inovação*

*4. Desafios na condução de projetos inovadores*

*5. Inovação em serviços*

*6. Inovação em Turismo*

*7. Modelos de inovação em Turismo*

*8. Empreendedorismo e inovação*

### **3.3.5. Syllabus:**

*1. Concept of innovation*

*2. Types of innovations*

*3. Innovation process*

*4. Challenges in conducting innovative projects*

*5. Innovation in Services*

*6. Innovation in tourism*

*7. Models of innovation in tourism*

*8. Entrepreneurship and innovation*

### **3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*O objetivo central desta unidade curricular é sensibilizar os alunos do Mestrado em Turismo para a importância da inovação nesta área. A sua abordagem assenta na aquisição de um conjunto de competências que lhes permitem estabelecer a sua ligação com a área do turismo.*

### **3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The central aim of this syllabus is to sensitize the students of the Master in Tourism for the importance of innovation in this area. Its approach is based on the acquisition of a set of skills that allow them to establish it's connection with the area of tourism.*

### **3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Exposição oral de conteúdos curriculares, suportada por meios audiovisuais;*

*Análise e discussão de estudos de caso. A partilha de experiências profissionais relevantes será encorajada ao longo destas actividades;*

*Realização de trabalhos de grupo.*

### **3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):**

*Oral exposure of curricular content, supported by audiovisual means;*

*Analysis and discussion of case studies. The sharing of relevant professional experience will be encouraged along these activities;  
Realization of group work.*

### **3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*As metodologias de ensino estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que a exposição de conceitos descritos no conteúdo programático e a análise e discussão de estudos de caso, bem como ainda a partilha de experiências profissionais irão permitir que os alunos compreendam a importância da inovação em turismo e saibam aplicar os conhecimentos obtidos em situações práticas. De igual modo, a realização de trabalhos de grupo irá ainda permitir identificar áreas onde se possa vir a desenvolver investigação.*

### **3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The teaching methodologies are consistent with the objectives of the curricular unit given that exposure of concepts described in the syllabus and the analysis and discussion of case studies, as well as the sharing of experiences will enable students to understand the importance of innovation in tourism and apply the knowledge obtained in practical situations. Similarly, conducting group work will still make it possible to identify areas where research can develop.*

### **3.3.9. Bibliografia principal:**

*Aidis, R. & Welter F. (2008). Innovation and entrepreneurship: Successful start-ups and businesses emerging economies. London: Edgar Elgar Publishing.*  
*Brandão, F. (2014). Innovation in tourism: the role of regional innovation systems, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro.*  
*Carlsen, J. et al. (Eds.) (2008). Innovation for Sustainable Tourism: International Case Studies. Esbjerg: BEST Education Network.*  
*EC (1995). Green Paper on Innovation. Brussels: European Commission.*  
*Dantas, J. (2013). Inovação e Marketing em Serviços. Lisboa: Lidel.*  
*Drucker, P. (2006). Innovation and Entrepreneurship. New York: HarperBusiness.*  
*Hall, C. M., & Williams, A. M. (Eds.) (2008). Tourism and Innovation. Oxon: Routledge.*  
*OECD (2006). Innovation and Growth in Tourism. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.*

## **Mapa IV - Seminário/ Seminar**

### **3.3.1. Unidade curricular:**

*Seminário/ Seminar*

### **3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Ricardo Alexandre Fontes Correia*

### **3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*<sem resposta>*

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

- 1. Articular os conteúdos curriculares abordados ao longo do curso com novas temáticas relevantes para a sua atividade profissional.*
- 2. Fomentar uma atitude crítica, conseguindo contribuir para um debate académico e prático na área do marketing turístico.*
- 3. Compreender novos conceitos e sintetizá-los.*

### **3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**

- 1. Articulate the curriculum content addressed through the master with new topics relevant to professional activity.*
- 2. Have a critical attitude, able to contribute to a debate within the tourism marketing field.*
- 3. Understand new concepts and synthesize them.*

### **3.3.5. Conteúdos programáticos:**

*Seminários acerca dos seguintes tópicos:*

*Enoturismo*

*Turismo e Desenvolvimento Regional*

*Ecoturismo*

*Organização de Eventos*

*Turismo de Saúde e bem Estar*

*Marketing de Guerrilha*

### **3.3.5. Syllabus:**

*Seminars about the following topics:*

*Winetourism*

*Tourism and Regional Development*

*EcoTourism*

*Events*

*Health & Wellness Tourism*

*Guerrilla Marketing*

### **3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*A existência de seminários com diversas temáticas associadas ao Marketing Turístico permitirá articular os diversos conteúdos curriculares abordados ao longo do curso com novas temáticas relevantes para a sua atividade profissional.*

*Os seminários permitirão também fomentar uma atitude crítica, conseguindo contribuir para um debate académico e prático na área do marketing turístico. Serão igualmente adquiridos novos conceitos por parte dos alunos.*

### **3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The seminars that cover multiple topics related with tourism Marketing will allow an articulation of the diverse the curriculum contents addressed through the master with new topics relevant to professional activity.*

*Seminars will also foster the students critical attitude, make them able to contribute to a debate within the tourism marketing field. Students will also acquire new concepts through the seminars.*

### **3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):**

*Esta unidade curricular consiste num conjunto de sessões, podendo incluir palestras, debates, cursos breves e visitas de estudo, conduzidas por docentes e/ou outros especialistas das áreas abordadas. Será promovido o debate, a reflexão e a aplicação dos conhecimentos, através da realização de relatórios críticos, trabalhos práticos e de pesquisa.*

*Avaliação Contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)- Trabalhos Práticos - 100% (A Classificação Final é obtida pela ponderação do esforço atribuído a cada item do seminário.)*

### **3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):**

*This course consists of a set of sessions which may include lectures, discussions, short courses and study visits conducted by professors and/or other specialists in the subjects addressed. Will be promoted discussion, reflection and application of knowledge through the implementation of reports, practical assignment and research.*

*Continuous Assessment - (Regular, Student Worker) (Final, Supplementary, Special)- Practical Work - 100% (The final grade is obtained by weighting the effort assigned to each item of the seminar.)*

**3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

*As apresentações teóricas-práticas a cargo dos docentes promovem a aquisição de informação atualizada sobre as temáticas estudadas. Também as apresentações dos alunos, feitas em grupo ou individualmente, exigem reflexão, crítica, e ajudam a criar a consciência acerca de um quadro conceptual global. O estudo de situações reais leva ao conhecimento de boas práticas, ao reconhecimento da importância da teoria para intervir na prática.*

**3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**

*The theoretical-practical presentations in charge of teachers foster the acquisition of updated information on the topics studied. Also students' presentations, in groups or individually, require reflection, critique, and help to create the awareness about the global conceptual framework. The study of real interventions promote the knowledge of good practices, and the recognition of the importance of theory to intervene in practices*

**3.3.9. Bibliografia principal:**

*Hall, M. (2010). Fieldwork in Tourism Methods, Issues and Reflections. Routledge ISBN: 978-0-415-58919-22.*

*Quivy, R. e Campenhoudt, L. (2008). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Gradiva Publicações. ISBN: 97897266227583.*

*Robinson, P. (2012). Tourism: The Key Concepts. Routledge. ISBN: 978-0-415-67793-6*

*Veal, A. (2006). Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide, Third Edition. Prentice Hall. ISBN: 978-0-273-68200-4*

**Mapa IV - Dissertação/Trabalho de Projeto/Estágio**

**3.3.1. Unidade curricular:**

*Dissertação/Trabalho de Projeto/Estágio*

**3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*Ricardo Alexandre Fontes Correia*

**3.3.3. Outros docentes e respectivas horas de contacto na unidade curricular:**

*<sem resposta>*

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

- 1. Aplicar os conhecimentos adquiridos em metodologias de investigação;*
- 2. Aplicar conhecimentos sobre temas da atualidade científica em Marketing Turístico, através da assistência a seminários;*
- 3. Elaborar o estado da arte de um tema de I&D ou aplicação profissional em Marketing Turístico;*
- 4. Realizar um trabalho de investigação científica, com publicação dos resultados obtidos através da elaboração de uma dissertação, de um relatório de projeto, ou de um relatório de estágio.*

**3.3.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**

- 1. Demonstrate the acquisition of knowledge on research methodologies;*
- 2. Apply the knowledge on tourism marketing and related areas emerging issues, through assistance of seminars;*
- 3. Prepare a state-of-the-art of R&D subject or tourism marketing professional application;*
- 4. Perform a scientific research, with publication of the obtained results through the elaboration of a master thesis, a project report or an internship report.*

**3.3.5. Conteúdos programáticos:**

- 1. Metodologias de Investigação e Anteprojeto.*
- Processos, metodologias e práticas associadas à investigação científica em marketing turístico.*

- Estado da arte de um tema de I&D ou aplicação profissional em marketing turístico.
- 2. Seminários/Workshops.
- Realização de seminários proferidos por elementos exteriores à instituição.
- 3. Dissertação/projeto/estágio.
- Realização de um trabalho de investigação científica, com publicação dos resultados obtidos.

### 3.3.5. Syllabus:

1. *Research Methodologies and Project Preparation.*
  - Process, methodologies and practices associated to the research in tourism marketing.
  - Prepare a state-of-the-art of R&D subject or professional application in tourism marketing.
2. *Seminars/Workshops.*
  - Attendance of seminars given by external speakers.
3. *Scientific research thesis/project/internship.*
  - Development of a scientific research with the publication of the obtained results.

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

*Os objetivos traçados definem, na sua essência, as competências a adquirir pelo aluno no final da unidade curricular. Estas, detalhadas a partir das competências da área científica, providenciam as linhas orientadoras para a elaboração dos conteúdos programáticos, tendo em conta as competências horizontais.*

### 3.3.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

*The curricular unit's objectives describe, in essence, the competences that the student should demonstrate at the end of the course. These, detailed from the competences defined in the scientific area provide the guidelines to the definition of the syllabus, keeping in mind the horizontal competences.*

### 3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Orientação tutorial durante todo o período letivo em que decorre o trabalho de dissertação/projeto/estágio profissional. - De acordo com o regulamento do Mestrado. - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)*

### 3.3.7. Teaching methodologies (including assessment):

*Tutorial guidance throughout the academic period that follows the work of scientific research thesis/project/internship. - In accordance with the rules of Master. - (Regular, Student Worker) (Final, Supplementary, Special)*

### 3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

*As metodologias de ensino procuram ir de encontro ao estabelecido pelo regime jurídico no que toca à disponibilização de uma formação prática e profissionalizante, sem descurar os aspetos teóricos fundamentais.*

### 3.3.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

*The teaching methodologies seek to meet the established in the legislation concerning the provisioning of highly practical and vocational without forgetting fundamental theory*

### 3.3.9. Bibliografia principal:

1. Azevedo, M. (2008). "Teses, relatórios e trabalhos escolares: sugestões para a estruturação da escrita". 6.ª Ed. . Lisboa: Universidade Católica Editora.
2. Baraňano, A. . (2008). "Métodos e técnicas de investigação em gestão". 1.ª Ed. . Lisboa: Edições Sílabo.
3. Fernandes, António José. (1995). "Métodos e Regras para a Elaboração de Trabalhos Académicos e Científicos". Porto Editora; Porto.
4. Quivy, R. e Campenhoudt, L. . (2005). "Manual de Investigação em Ciências Sociais". 4.ª Ed. . Lisboa: Gradiva.

## 4. Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de

## estudos

### 4.1 Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de estudos

---

#### 4.1.1. Fichas curriculares

##### Mapa V - Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

#### 4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

*Joana Maria Sampaio Rua Fernandes*

#### 4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

#### 4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

*<sem resposta>*

#### 4.1.1.4. Categoria:

*Professor Adjunto ou equivalente*

#### 4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

*100*

#### 4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

##### Mapa V - Ricardo Alexandre Fontes Correia

#### 4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

*Ricardo Alexandre Fontes Correia*

#### 4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

#### 4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

*<sem resposta>*

#### 4.1.1.4. Categoria:

*Professor Adjunto ou equivalente*

#### 4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

*100*

#### 4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

##### Mapa V - José Paulo Ribeiro de Castro

#### 4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

*José Paulo Ribeiro de Castro*

#### 4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

*<sem resposta>*

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):**  
<sem resposta>

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Adjunto ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**  
100

**4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa V - Paula Odete Fernandes**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Paula Odete Fernandes*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**  
<sem resposta>

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):**  
<sem resposta>

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Coordenador ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**  
100

**4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa V - Elisabete da Anunciação Paulo Morais**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**  
*Elisabete da Anunciação Paulo Morais*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**  
<sem resposta>

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):**  
<sem resposta>

**4.1.1.4. Categoria:**  
*Professor Coordenador ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**  
100

**4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**  
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa V - Lucília Maria Ferreira Alves Cardoso**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):**

<sem resposta>

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente convidado ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

59

**4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**Mapa V - Rossana Andreia Neves dos Santos**

**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

*Rossana Andreia Neves dos Santos*

**4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

<sem resposta>

**4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):**

<sem resposta>

**4.1.1.4. Categoria:**

*Assistente convidado ou equivalente*

**4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

59

**4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

**4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos**

**4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Teaching staff of the study programme**

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Joana Maria Sampaio Rua Fernandes	Doutor	Engenharia Económica	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Ricardo Alexandre Fontes Correia	Doutor	Ciências Empresariais	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
José Paulo Ribeiro de Castro	Doutor	Ciências e Engenharia do Ambiente	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Paula Odete Fernandes	Doutor	Economia e Gestão	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Elisabete da Anunciação Paulo Morais	Doutor	Informática	100	<a href="#">Ficha submetida</a>
Lucília Maria Ferreira Alves Cardoso	Doutor	Direção e Planeamento do Turismo	59	<a href="#">Ficha submetida</a>
Rossana Andreia Neves dos Santos	Doutor	Serviços Pessoais - Turismo	59	<a href="#">Ficha submetida</a>
<b>(7 Items)</b>			<b>618</b>	

<sem resposta>

## 4.2. Dados percentuais dos recursos docentes do ciclo de estudos

### 4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff		
Corpo docente próprio / Full time teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / Full time teachers:	5	80.9

### 4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff		
Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff with a PhD (FTE):	6.2	100.3

### 4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff		
Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	3.2	51.8
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	0	0

### 4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics		
Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	5.6	90.6
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	0	0

## 4.3. Procedimento de avaliação do desempenho

### 4.3. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente actualização:

*O Regulamento do Sistema de Avaliação do Desempenho do Pessoal Docente do Instituto Politécnico de Bragança foi publicado em Diário da República em 10 de janeiro de 2011 (Regulamento n.o 14/2011. D.R. n.o 6, Série II de 20110110).*

*O procedimento de avaliação definido, descrito de forma exaustiva no referido Regulamento, contempla o*

*preenchimento trienal de relatórios padronizados, por parte dos avaliados, e a análise/validação de registos, por parte dos relatores, relativamente às três grandes dimensões da atividade docente: componente técnica científica, componente pedagógica e componente organizacional.*

*Até ao momento, foram alvo de avaliação dois ciclos 20042007 e 20082010 estando prevista, para o início do ano de 2014, a avaliação do ciclo 20112013.*

*O procedimento de avaliação é integralmente suportado por uma plataforma Web, que inclui módulos para produção de relatórios finais de avaliação, para realização de audiências prévias e para elaboração de relatórios estatísticos, para além dos módulos de recolha de informação (formulários preenchidos pelos avaliados), de validação de registos (usado pelos relatores que integram a Comissão de Análise da Avaliação do Pessoal Docente) e de gestão do processo de avaliação (usado pelo Conselho Técnico Científico do IPB e pelo Conselho de Coordenação de Avaliação do IPB).*

*Os resultados da avaliação do desempenho relevam para alteração do posicionamento remuneratório, conforme previsto na legislação.*

*Adicionalmente, o Conselho Pedagógico coordena a aplicação semestral do inquérito de avaliação do desempenho pedagógico dos docentes, que visa recolher a opinião dos alunos relativamente à forma como decorrem as atividades relacionadas com as várias unidades curriculares.*

*Os resultados destes inquéritos são analisados pelo Conselho Pedagógico, pelos Departamentos e pelas Direções de Curso, sendo que a classificação atribuída pelos alunos relativamente ao desempenho global do docente releva para efeito de avaliação do docente (o Regulamento do Sistema de Avaliação do Desempenho do Pessoal Docente contempla um item de avaliação para este efeito).*

#### **4.3. Teaching staff performance evaluation procedures and measures for its permanent updating:**

*The Regulation of the Teaching staff Performance Evaluation System of the Polytechnic Institute of Bragança was published in the Official Gazette on January 10, 2011 (Regulation n. 14/2011. DR n. 6, Series II of 201101 10).*

*The evaluation procedure defined and described in detail in that Regulation consists on filling a triennial standardized report (written by the evaluated person), and analysis / validation of records by the evaluators concerning the three major dimensions of the teacher activities: technical/scientific component, pedagogical component and organizational component.*

*Till now, two cycles 20042007 and 20082010 were assessed and is planned, for the beginning of 2014, the assessment of cycle 20112013.*

*The evaluation procedure is fully supported by a Web platform that includes modules for production of final evaluation reports, for previous hearings and statistical reporting, in addition to the modules to collect information (forms filled in by teachers), validation records ( used by the evaluators within the Teacher Evaluation Analysis Committee) and management of the evaluation process ( used by the Technical Scientific Council of IPB and the IPB assessment Coordination Council).*

*The results of the performance evaluation fall to change the salary position, according to the legislation.*

*Additionally, the Pedagogical Council coordinates the implementation of a semester survey used for teachers pedagogical performance assesment, which aims to gather students' opinions about the development of the activities related to the various course units.*

*The results of these surveys are analyzed by the Pedagogical Council, by the Departments and by the director of the cycle of studies. The ratings given by the students in relation to the overall performance of the teacher is relevant for purposes of teachers assessment (the Regulation of Teacher Performance Evaluation System includes an assessment item for this purpose).*

## **5. Descrição e fundamentação de outros recursos humanos e materiais**

### **5.1. Pessoal não docente afecto ao ciclo de estudos:**

*O pessoal não docente da EsACT-IPB colabora com os ciclos de estudos em função das valências funcionais de cada um e da componente orgânica em que se integram. A EsACT-IPB dispõe atualmente de 1 Técnico superior de informática; 3 Técnicos superiores; 2 Assistentes técnicos e 6 Assistentes operacionais. As funções são executadas em consonância com a orgânica que integra o Gabinete de Projetos e Gestão Orçamental – Projetos de colaboração com a comunidade e relações com o exterior, apoio a projetos de investigação e gestão orçamental; Gabinete de Apoio às Unidades Funcionais – Assuntos de índole técnico-científica e pedagógica; Gabinete de Apoio à Direção – Expediente, organização e acesso a ferramentas para auxílio pedagógico e apoio aos docentes; Os Serviços Académicos – Serviços ao balcão e on-line e gestão pedagógica; Centro de Recursos Informáticos e Centro de recursos Audiovisuais. A biblioteca funciona de forma integrada com a biblioteca municipal otimizando recursos.*

### **5.1. Non teaching staff allocated to the study programme:**

*EsACT-IPB non-teaching staff supports the school study cycles depending on the capabilities of each*

*functional and organic component to which they belong. The EsACT-IPB currently has 1 computer technician; 3 senior technicians; 2 Technical Assistants and 6 Operating Assistants. Their functions are performed in accordance with the School organic that integrates the Office of Projects and Budget Management - Projects with the community and foreign relations, research projects and budget management support; Functional Units Office support – Technical-scientific and pedagogical issues; Board Support Office - Organization and access to tools for pedagogical assistance and teachers support; Academic Services – Students and teachers attendance and online services; Computer Resources Center and Audiovisual Resource Center. The library works seamlessly with the municipal library optimizing resources.*

**5.2. Instalações físicas afectas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos (espaços lectivos, bibliotecas, laboratórios, salas de computadores, etc.):**

*A EsACT-IPB sustenta a sua atividade em dois blocos pedagógicos aos quais se juntam as instalações dos serviços sociais, onde se inclui o edifício da cantina. Os alunos da EsACT-IPB podem utilizar todas as infraestruturas da Escola, onde se incluem salas multimédia a biblioteca, salas de leitura e salas de computadores de acesso regulado, gabinete de relações com o exterior e de imagem, apoio médico, apoio ao estudante, reprografia, ludoteca, etc. Em abril de 2015 estará disponível o novo Campus Académico, com uma área coberta de 5835 m2, 12 salas de aula, 3 laboratórios audiovisuais, 1 centro de gestão, 2 anfiteatros, 1 auditório, 1 teatro de bolso, 1 sala de visionamento, 1 nova biblioteca, ludoteca entre outras funcionalidades.*

**5.2. Facilities allocated to and/or used by the study programme (teaching spaces, libraries, laboratories, computer rooms, etc.):**

*EsACT-IPB sustains its activity in two teaching blocks and the social services facilities, which includes the Academic restaurant building. Students of IPB-EsACT can use all the infrastructure of the school, including multimedia rooms, a library, reading rooms and controlled access computer rooms, foreign relations and image offices, medical support, playcenter, etc. In April 2015 the new Academic Campus will be available, with a covered area of 5835 m2, 12 classrooms, three audiovisual laboratories, 1 management center, 2 amphitheatres, one auditorium, one pocket theater, first viewing room, 1 new library, playcenter and other features.*

**5.3. Indicação dos principais equipamentos e materiais afectos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos (equipamentos didácticos e científicos, materiais e TICs):**

*A EsACT-IPB dispõe de serviços e uma estrutura de recursos materiais particularmente adequada ao desenvolvimento de cursos convergentes com as áreas de comunicação, administração e turismo, destacando-se, a possibilidade de utilização dos recursos existentes no campus de Mirandela, bem como os existentes no campus de Bragança, dos quais se destacam:  
Computadores integrados na rede informática  
Rede integrada de Impressoras, scanners, plotters e fotocopiadoras com utilização via RFID,  
Conjunto projetor de vídeo + ecrãs de projecção  
Equipamento de redes: switches, Bastidores de rede, hubs, routers, etc.  
Plataforma b-ON e acervo bibliográfico de 13777 livros, Plataforma de Recursos Audiovisuais com sistema de tradução simultânea, sistema de som, diversos micros, televisores, leitores de vídeo e DVD, câmaras de filmar, projetores de vídeo e de slides, motioncapture, etc.*

**5.3. Indication of the main equipment and materials allocated to and/or used by the study programme (didactic and scientific equipments, materials and ICTs):**

*EsACT-IPB offers services and a structure of material resources particularly suited for the development of academic formations in the areas of communication, administration and tourism, highlighting the possibility of using the ones existing in Mirandela campus, as well as the existing on the campus of Bragança, among which are:  
Computers Integrated in the IPB and www computer network  
Integrated network of printers, scanners, plotters and copiers to use via RFID  
Set video projector + screen projection  
Network equipment: switches, network racks, hubs, routers, etc.  
B-ON network and bibliographic collection of 13777 books, Audiovisual Resources Platform with simultaneous translation system, sound system, many micros, televisions, video and DVD players, camcorders, video projectors and slides, motion capture portable system, etc.*

## **6. Actividades de formação e investigação**

## Mapa VI - 6.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica

### 6.1. Mapa VI Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica / Research Centre(s) in the area of the study programme, where the teachers develop their scientific activities

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	Observações / Observations
GOVCOOP – Governança, Competitividade e Políticas Públicas	Muito Bom	Universidade de Aveiro	
NECE - Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais	Bom	Universidade da Beira Interior	
UNIAG - Unidade de Investigação Aplicada em Gestão	Poor	Instituto Politécnico de Bragança	
Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento	Bom	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro	

## Perguntas 6.2 e 6.3

6.2. Mapa resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, na área predominante do ciclo de estudos, em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos cinco anos (referenciação em formato APA):

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/22e49c64-9a7c-5417-c9b0-54217dadcc4d>

6.3. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as actividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos:

*Parcerias com a FCT, Entidade Regional de Turismo Porto e Norte de Portugal, diversas Câmaras Municipais (CM) e empresas do sector: Bolsa "Passaporte para o Empreendedorismo"; Agenda cultural da Associação de Municípios TMAD; Estudo do perfil do turista de Mirandela com a CM de Mirandela (CMM); Projeto Mirandela virtual com a CMM; Cooperação com o NERBA na organização de fóruns empresariais sobre o sector; Projeto da Rede Integrada de Promoção do Turismo em parceria com 8 autarquias de TMAD. Internacionalmente, parcerias com Universidades na Eslovénia, Espanha, Polónia e Turquia. Também com o Brasil foram celebrados acordos de cooperação. Parceiros do Erasmus IP "Entrepreneurship in Gastronomic Tourism", Gastronomic Heritage Tourism – Entrepreneurship and Innovative Marketing, organizado pela University of Salford, Manchester e do Erasmus IP "Conference Tourism as a remedy for a low-season tourism market" organizado pela International School of Law and Business, Lithuania.*

6.3. List of the main projects and/or national and international partnerships, integrating the scientific, technological, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme:

*Partnerships with the FCT, Tourism of Portugal, several municipalities and tourism industry: project "Passport to Entrepreneurship", cultural agenda of the Association of Municipalities of TMAD; Study of the tourist profile of Bragança with the CMM; Bragança Project with the virtual CMM involving QR code tourist support ; Cooperation with NERBA in organizing forums business on the sector; design of the Integrated Network for the Promotion of Tourism in partnership with 8 local CM of TMAD. Internationally, partnerships with universities in Slovenia, Spain, Poland and Turkey. Also with Brazil were signed cooperation agreements. Partners in the Erasmus IP "Entrepreneurship in Gastronomic Tourism", Gastronomic Heritage Tourism – Entrepreneurship and Innovative Marketing, lead by the University of Salford, Manchester. Partners in the Erasmus IP "Conference Tourism as a remedy for a low-season tourism market" lead by the International School of Law and Business, Lithuania.*

## 7. Actividades de desenvolvimento tecnológico e artísticas, prestação de serviços à comunidade e formação avançada

7.1. Descreva estas actividades e se a sua oferta corresponde às necessidades do mercado, à missão e aos objetivos da instituição:

*O IPB dispõe de um Gabinete de Empreendedorismo, liderado por um Pró-Presidente, e foi criada, recentemente, uma Unidade de Transferência de Conhecimento e Tecnologia que tem por missão potenciar*

*a investigação aplicada, o desenvolvimento e a transferência de conhecimento e de tecnologia, promovendo uma cultura orientada para o conhecimento e inovação, em estreita colaboração com o Parque de Ciência e Tecnologia "BrigantiaEcoPark".*

*As estruturas científicas do IPB são apoiadas e dinamizadas com o objetivo de melhorar a competitividade do IPB e contribuir para o desenvolvimento social e económico da comunidade envolvente.*

*São ainda desenvolvidas atividades enquadradas na missão e nos objetivos da Escola em resposta a solicitações externas, nomeadamente: serviços de consultoria; apoio técnico/estudos; etc.*

**7.1. Describe these activities and if they correspond to the market needs and to the mission and objectives of the institution:**

*The IPB has an Entrepreneurship Office, led by a ProPresident, and recently was established a Technology and Knowledge Transfer Unit whose mission is to enhance applied research, development and transfer of knowledge and technology, promoting a culture for knowledge and innovation, in close collaboration with the Science and Technology Park "BrigantiaEcoPark".*

*IPB scientific structures are supported with the aim of improving the competitiveness of IPB and contribute to social and economic development of the community environment.*

*EsACT also develops activities included in the mission and goals of the School in response to external requests, including: consulting services, technical support / studies, etc.*

## **8. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público)**

**8.1. Avaliação da empregabilidade dos graduados por ciclos de estudos similares com base nos dados do Ministério da Economia:**

*Sendo uma proposta de um novo ciclo de estudos não é aplicável a referência aos níveis de empregabilidade do mesmo. No entanto, é de referir que de acordo com estatísticas recentes do GPEARI os detentores do grau de mestre representam apenas 3.7% do total de desempregados com qualificação superior em Portugal.*

**8.1. Evaluation of the graduates' employability based on Ministry of Economy data:**

*Being a proposal for a new course of study is not applicable to reference to the same levels of employability. However, it should be noted that according to recent statistics from GPEARI holders of master's degree represent only 3.7% of the total unemployed with tertiary qualification in Portugal.*

**8.2. Avaliação da capacidade de atrair estudantes baseada nos dados de acesso (DGES):**

*Embora não se tenha números oficiais da DGES para este ciclo de estudo convém salientar que por parte dos alunos que terminam as licenciaturas, por parte do tecido empresarial, nomeadamente empregadores e profissionais da área, tem existido uma grande pressão no sentido de se implementar este tipo de formação. Concomitantemente, as entidades oficiais da região, câmaras municipais e outras, face à crescente importância do turismo, solicitam esta formação no sentido de qualificar a oferta de produtos e serviços que existem na região.*

**8.2. Evaluation of the capability to attract students based on access data (DGES):**

*Although no official numbers provided by DGES exist for this cycle of study, should be noted that from students completing the degrees and the business community, including employers and professionals, there has been a lot of pressure in order to implement this type training. Concomitantly, authorities in the region, municipalities and other, given the increasing importance of tourism, are applying this training in order to qualify the offer of products and services that exist in the region.*

**8.3. Lista de eventuais parcerias com outras instituições da região que lecionam ciclos de estudos similares:**

*A EsACT IPB tem uma parceria duradoura com a APNOR que inclui os Institutos Politécnicos da Região Norte. Um dos parceiros da APNOR (O Instituto Politécnico de Viana do Castelo) disponibiliza uma formação de Segundo ciclo em Turismo Inovação e Desenvolvimento.*

**8.3. List of eventual partnerships with other institutions in the region teaching similar study programmes:**

*The EsACT IPB has a lasting partnership with APNOR including Polytechnic Schools of the Northern Region. One of the APNOR (Polytechnic Institute of Viana do Castelo) partners offers a training cycle in Second Tourism Development and Innovation.*

## 9. Fundamentação do número de créditos ECTS do ciclo de estudos

**9.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos, com base no determinado nos artigos 8.º ou 9.º (1.º ciclo), 18.º (2.º ciclo), 19.º (mestrado integrado) e 31.º (3.º ciclo) do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março:**

*O número total de créditos e a consequente duração do ciclo de estudos cumpre o disposto no n.º 1 do Artigo 8.º do DecretoLei n.º 74/2006 de 24 de março, alterado pelos DecretosLei n.º 107/2008, de 25 de junho, 230/2009, de 14 de setembro, e 115/2013, de 7 de agosto. O ciclo de estudos conducente ao grau de mestre em Marketing Turístico tem 90 créditos e uma duração normal de três semestres curriculares de trabalho dos alunos.*

**9.1. Justification of the total number of ECTS credits and of the duration of the study programme, based on articles no.8 or 9 (1st cycle), 18 (2nd cycle), 19 (integrated master) and 31 (3rd cycle) of Decreto-Lei no. 74/2006, March 24th:**

*The total number of credits and the consequent length of the cycle of studies fulfills the paragraph 1 of Article 8 DecreeLaw n. 74/2006 of March 24, amended by DecreeLaw n. 107/2008 of June 25, 230/2009 of September 14 and 115/2013 of August 7. The cycle of studies leading to the Master in Marketing and Tourism has 90 credits and a normal length of three semesters of students' work.*

**9.2. Metodologia utilizada no cálculo dos créditos ECTS das unidades curriculares:**

*De acordo com o ECTS Users' Guide, existem duas formas de atribuir créditos às unidades curriculares (módulos): a primeira consiste na adoção de um sistema de organização curricular do tipo modular e a segunda num sistema não modular.*

*O IPB adotou a estrutura do tipo modular, para aplicação nas suas Escolas Integradas, através do seu regulamento relativo à aplicação do sistema de créditos curriculares, publicado no Regulamento de aplicação do ECTS.*

*Desde o início da sua adequação interna ao Processo de Bolonha, a Escola Superior Comunicação, Administração e Turismo do IPB segue um sistema de organização curricular modular, com 5 unidades curriculares (UCs) por semestre curricular, correspondendo 6 créditos a cada unidade curricular, ou um número (sub)múltiplo de 6 no caso de unidades curriculares com especificidades próprias.*

*No plano de estudos do mestrado em Marketing Turístico todas as UCs, com exceção da(s) UC(s) de Dissertação/Projeto/Estágio, compreendem 6 créditos ECTS.*

**9.2. Methodology used for the calculation of the ECTS credits of the curricular units:**

*According to the ECTS Users' Guide, there are two ways to assign credits to courses (modules): the first is the adoption of a modular curricular organization (modularized system) and the second a nonmodular curricular organization (nonmodularized system).*

*The IPB has adopted the structure of the modular type, for use in their integrated schools, through its regulation applying the course credit system, published in the Regulation implementing the ECTS.*

*Since the beginning of their internal adaptation to the Bologna Process, the School of Communication, Administration and Tourism of IPB follows a modular curriculum organization, with five course units (CUs) per semester, 6 credits per unit, or a (sub) multiple of 6 in the case of course units with specific characteristics.*

*In the study plan of the master in Marketing and Tourism t all CUs, except Dissertation/Project/Internship, comprise 6 ECTS credits.*

**9.3. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares:**

*Num sistema de organização curricular modular é necessário ajustar a quantidade de materiais e/ou de formas de ensino, assim como as atividades de aprendizagem, uma vez que o número de créditos por unidade curricular é previamente estabelecido.*

*No projeto científico e pedagógico de cada unidade curricular coube aos docentes a tarefa de afetar os conteúdos programáticos e as correspondentes competências expectáveis, que descrevem os resultados esperados da aprendizagem do aluno, tendo em conta o papel dessa unidade curricular no curso e o número de créditos fixados. O plano de estudos do mestrado em Marketing Turístico e os projetos científicos e pedagógicos das respetivas unidades curriculares foram objeto de apreciação pelos vários departamentos da Escola.*

**9.3. Process used to consult the teaching staff about the methodology for calculating the number of ECTS credits of the curricular units:**

*In a system with a modular curriculum organization it is necessary to adjust the amount of materials and / or ways of teaching as well as learning activities, since the number of credits per course unit is predetermined.*

*In the scientific and pedagogical design of each course unit, the teachers were invited to propose the contents, the expected skills and the expected student learning outcomes taking into account the role of the course unit in the cycle of studies and the number of credits.*

*The study plan of the master in Marketing and Tourism and the scientific and pedagogical projects of each course unit were analysed by the departments of the school.*

## **10. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu**

### **10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior com duração e estrutura semelhantes à proposta:**

*A Universidade de Surrey é a referência na formação em Turismo no Reino Unido (foi esta universidade que criou a primeira licenciatura em Turismo) propõe uma formação em Marketing Turístico com duração semelhante à que agora se apresenta. Também a Universidade de Strathclyde na Escócia dispõe de um segundo ciclo em Gestão do Marketing Turístico cuja duração é equivalente ao segundo ciclo em Marketing Turístico da EsACT. A universidade de Castillha-La Mancha em Espanha disponibiliza igualmente uma formação de segundo ciclo em Marketing Turístico com uma duração em tudo semelhante ao segundo ciclo em causa.*

### **10.1. Examples of study programmes with similar duration and structure offered by reference institutions of the European Higher Education Area:**

*The University of Surrey is the reference to tourism training in the UK (it was this that created the first university degree in Tourism) and it offers training in Tourism Marketing with similar duration to that now presented. Also the University of Strathclyde in Scotland has a second course in Tourism Marketing Management whose duration is equivalent to the second cycle in the Tourism Marketing of EsACT. The University of Castillha-La Mancha in Spain also offers a second cycle of training in Tourism Marketing with a duration similar to the second cycle under consideration.*

### **10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior:**

*No que diz respeito aos objectivos de aprendizagem estão completamente alinhados com outros ciclos de estudos análogos. De facto, as principais instituições de referência como seja a Universidade de Surrey e de Strathclyde*

*definem como objectivos de aprendizagem a capacitação para a investigação, a percepção do comportamento do consumidor turístico a percepção da realidade turística na perspectiva do marketing a capacidade para desenvolver novos produtos e utilizar as variáveis de marketing na indústria turística. Todos estes objectivos se encontram também reflectidos no segundo ciclo em Marketing Turístico que se propõe.*

### **10.2. Comparison with the intended learning outcomes of similar study programmes offered by reference institutions of the European Higher Education Area:**

*With respect to the learning objectives they are fully aligned with other similar studies cycles. In fact, the main reference institutions like the University of Surrey and Strathclyde define as learning objectives for the training research, the perception of the behavior of the tourist consumer perception of reality in tourism marketing perspective the ability to develop new products and using the variables of marketing in tourism industry. All these objectives are also reflected in the second cycle in which it is proposed Tourism Marketing.*

## **11. Estágios e/ou Formação em Serviço**

### **11.1. e 11.2 Locais de estágio e/ou formação em serviço (quando aplicável)**

---

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

Mapa VII - A EsACT dispõe de um conjunto diversificado de parcerias para a realização dos estágios.

**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

*A EsACT dispõe de um conjunto diversificado de parcerias para a realização dos estágios.*

**11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):**

[11.1.2.\\_Estágios \(1\).xls.pdf](#)

**Mapa VIII. Plano de distribuição dos estudantes**

**11.2. Mapa VIII. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.(PDF, máx. 100kB).**

*<sem resposta>*

**11.3. Recursos próprios da Instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço.**

---

**11.3. Recursos próprios da Instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço:**

*Nos termos do regulamento de estágio, cada estudante que opte pela realização de estágio será acompanhado internamente por um orientador (um docente) mas terá também um coorientador no local de estágio. A realização do estágio implica a formalização de um protocolo entre a EsACT-IPB e a entidade recetora dos estagiários. Em conjunto deverão elaborar um plano de estágio a ser aprovado nos termos previstos e de acordo com o regulamento do mestrado. O acompanhamento é feito nos termos previstos e definidos no plano de estágios.*

**11.3. Resources of the Institution to effectively follow its students during the in-service training periods:**

*Under the master regulations, each student who chooses to carry out internally traineeship will be accompanied by a supervisor (a professor) but will also have a co-supervisor at the local of the stage. The implementation stage involves the formalization of a protocol between the EsACT-IPB and the entity receiving the trainees. Together they should develop a plan of the traineeship to be approved in accordance with the regulations of the Masters. The monitoring is performed in accordance and defined in terms of stages.*

**11.4. Orientadores cooperantes**

---

**Mapa IX. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio e/ou formação em serviço responsáveis por acompanhar os estudantes**

**11.4.1 Mapa IX. Mecanismos de avaliação e selecção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a Instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço (PDF, máx. 100kB):**

*<sem resposta>*

**Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos de formação de professores)**

**11.4.2. Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos de formação de professores) / External supervisors responsible for following the students' activities (mandatory for teacher training study programmes)**

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional / Professional qualifications	Nº de anos de serviço / Nº of working years
-------------	---	---	--	---

*<sem resposta>*

## 12. Análise SWOT do ciclo de estudos

### 12.1. Pontos fortes:

- *Mestrado Estratégico para o desenvolvimento da Unidade Orgânica.*
- *Corpo Docente afecto ao ciclo de estudos é Doutorado na sua Totalidade.*
- *Qualidade das Novas Instalações da EsACT- IPB.*
- *Adaptação do ciclo de estudos às novas tendências do mercado e as deficiências formativas da região.*
- *Existência das formações de 1º Ciclo em Marketing e em Turismo permitindo este mestrado uma continuidade para o 2º Ciclo.*
- *Ligação à envolvente económica e social.*
- *Definição da realização de trabalhos/projetos curriculares de natureza técnico-científica e em articulação com entidades parceiras ao longo do ciclo de estudos e reforçada pelas Unidades Curriculares de Seminário e Dissertação.*

### 12.1. Strengths:

- *Strategic Master for the development of the Organic Unit.*
- *The Faculty assigned to the Master is PhD in their entirety.*
- *Quality of the New EsACT- IPB Facilities.*
- *The adaptation of the Master to new market trends and to the region training needs.*
- *Existence of the 1st Cycle in Marketing and in Tourism enabling this Masters the continuity for 2nd Cycle*
- *Connection to the economic and social environment*
- *Definition curriculum projects of technical-scientific nature in conjunction with partner organizations throughout the course and reinforced by the Curricular Units of Seminar and Thesis.*

### 12.2. Pontos fracos:

*Localização periférica da instituição face aos grandes centros urbanos.*

### 12.2. Weaknesses:

*Peripheral location of the institution against the major urban centers.*

### 12.3. Oportunidades:

- *Potencial Turístico da Região Envolvente, especialmente apta para quatro produtos Turísticos (Turismo de Natureza, Turismo Religioso, Saúde e Bem Estar e Gastronomia e Vinhos).*
- *Valorização dos recursos e dinamização regional.*
- *Existência de necessidades de formação na Região ao nível do Marketing Turístico, dada a deficiente formação de base dos empresários a operar atualmente no sector.*
- *Crescente estratégia de internacionalização por parte do Instituto Politécnico de Bragança.*
- *Exígua concorrência de oferta formativa por parte de outras instituições na área, na região.*
- *Custo de vida baixo quando comparado com os grandes centros urbanos.*

### 12.3. Opportunities:

- *Touristic potential of the surrounding region, especially suitable for three touristic products (Nature Tourism, Religious Tourism, Health and Welfare and Food and wine).*
- *Resources valuation and regional dynamics.*
- *Existence of training needs in the Region in terms of Tourism Marketing, due to poor basic training of entrepreneurs currently operating in the sector.*
- *Polytechnic Institute of Bragança Internationalization strategy.*
- *No competition from other institutions in the region.*
- *Low Cost of living when compared to major urban centers.*

### 12.4. Constrangimentos:

- *O atual cenário macroeconómico pode condicionar o investimento em formação de 2.º ciclo por parte de diplomados e profissionais.*
- *Envelhecimento da população e baixa taxa de natalidade.*

### 12.4. Threats:

- *The current macroeconomic scenario may obstruct the investment in 2nd cycle courses by graduates and professionals.*
- *Aging population and low birth-rate.*

### 12.5. CONCLUSÕES:

*O 2º Ciclo em Marketing Turístico assume um carácter estratégico para a EsACT IPB pretendendo potenciar a continuidade de estudos por parte dos alunos de primeiro ciclo e o reforço das competências científicas dos seus docentes e investigadores nestas duas áreas.*

*Simultaneamente o mestrado irá ter uma importância vital para a valorização dos recursos turísticos da região com uma qualidade inata mas que carecem de marketing e da capacidade de acesso a mercados, não existindo na região qualquer outra formação de segundo ciclo nesta área fundamental para o dinamismo regional.*

#### **12.5. CONCLUSIONS:**

*The 2nd Cycle in Tourism Marketing takes a strategic relevance for EsACT IPB intending to enhance the continuity of studies by students of first cycle and to strengthen the scientific expertise of its faculty and researchers in these two areas.*

*Simultaneously, the master will be vital for the recovery of regional tourism resources with an inherent quality but with a lack of marketing and without the ability to access markets, not existing in the region any other master in such an important field for the regional dynamism.*