

Unidade Curricular	Opção 4 - Promoção turística em regiões de bem-estar	Área Científica	-
	Pós-Graduação em Design Circular e Sustentável da Água: Saúde e Bem-Estar	Escola	Escola Superior de Hotelaria e Bem-Estar
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
		Nível	
		Créditos ECTS	3.0
		Código	5067-778-1105-07-23
Horas totais de trabalho	81	Horas de Contacto	T - TP 24 PL - TC - S - E - OT - O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Alcina Maria Almeida Rodrigues Nunes

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Identificar produtos e serviços turísticos, numa região específica, a sua oferta e procura
2. Conceber planos de promoção turística específicos para atividades em torno do turismo, saúde, lazer e património em regiões de bem-estar
3. Analisar serviços turísticos (nacionais e internacionais), com especial enfoque na aplicação da análise SWOT e na aplicação do marketing-mix dos serviços
4. Compreender a importância das características das estratégias promocionais em vigor em regiões de bem-estar
5. Desenvolver a capacidade de aplicar os conhecimentos teóricos em contexto prático

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não se aplica.

Conteúdo da unidade curricular

O turismo: a procura e a oferta turística. Tendências dos mercados turísticos: mercados locais e mercados globais. Tipos de produtos/serviços turísticos: o caso particular do turismo de saúde e bem-estar. Tipologias de Clientes e Oferta de Serviços Marketing-mix dos serviços. O posicionamento dos destinos. Promoção para a sustentabilidade dos destinos. Monitorização do sucesso na promoção turística

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. O turismo: a procura e a oferta turística
2. Tendências dos mercados turísticos: mercados locais e mercados globais
3. Tipos de produtos/serviços turísticos: o caso particular do turismo de saúde e bem-estar
4. Tipologias de clientes e oferta de serviços
5. Marketing-mix dos serviços
6. O posicionamento dos destinos
7. Promoção para a sustentabilidade dos destinos
8. Monitorização do sucesso na promoção turística

Bibliografia recomendada

1. Baynast, A. , Lendrevie, J. , Lévy, J. , Lévy, J. , Dionísio, P. , & Rodrigues, J. V. (2021). Mercator 25 Anos: O marketing na Era Digital (18.ª ed.). Dom Quixote.
2. Cooper, C. , & Hall, M. (2018). Contemporary Tourism: An International Approach (4th ed.). Goodfellow.
3. Kotler, P. , Bowen, T. , Makens, J. , & Baloglu, S. (2016). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson.
4. Silva, F. , & Umbelino, J. (2017). Planeamento e Desenvolvimento Turístico. Lidel.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Aulas teórico-práticas de apresentação e exploração de conceitos e sua aplicação a exemplos e situações reais com a utilização de meios audiovisuais que estimulem a participação dos estudantes, em grupo e/ou individualmente. Pretende-se, de forma prática, consolidar a aquisição de conhecimentos teóricos e as competências previstas pela unidade.

Alternativas de avaliação

1. Alternativa 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 50%
 - Prova Intercalar Escrita - 50%
2. Alternativa 2 - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português

Validação Eletrónica

Alcina Maria Almeida Rodrigues Nunes	Maria José Gonçalves Alves
15-01-2024	22-01-2024