Unidade Curricular	Internacionalização em Turismo			Área Científica	Turismo								
Mestrado em	Marketing Turístico			Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela								
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1	Nível	2-1	Créditos ECTS	6.0						
Tipo	Semestral	Semestre	1	Código	5048-586-1104-00-23								
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T -	TP 45	PL -	TC -	S -	E -	OT 6	O -			

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

Nome(s) do(s) docente(s): Catarina Antónia Martins

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
1. Compreender a relevância do turismo internacional para aplicação em escalas mais micro.
2. Compreender os players do sistema turístico internacional para captação/consolidação de mercados turísticos a nível nacional.
3. Analisar as novas tendências turísticas para antecipar estratégias de acção inovadoras.

Pré-requisitos

Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1. Turismo Internacional 2. Os negócios internacionais 3. Portugal vs Turismo Internacional

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Turismo Internacional
   - Introdução ao tema
   - Determinantes dos fluxos internacionais e Estrutura do Mercado Internacional
   - Dinâmicas Regionais e Local versus Global
2. Os negócios internacionais
   - Introdução ao tema
   - A globalização dos mercados e a internacionalização das empresas
   - Negócios Internacionais - ambiente social, cultural e parceiros
   - Estratégias contratuais
3. Portugal vs Turismo Internacional
   - Visão sistémica dos players do mercado turístico nacional e internacional

Bibliografia recomendada

1. Hill, Charles W. L. (2013), International business: Competing in the global marketplace, 9th edition. Boston: McGraw-Hill. ISBN: 0-07-115116-8
2. World Tourism Organization. (2023). International Tourism Highlights, 2023 Edition – The Impact of COVID-19 on Tourism (2020–2022). Madrid: World Tourism Organization.
3. Witt, S. & Brooke, M. (2012). The Management of international tourism (RLE Tourism). New York: Routledge. ISBN-10: 9780415812689
4. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). OECD Tourism trends and policies 2022. Paris: OECD Publishing
5. Carrasqueira, H. (2022). Hotelaria Internacional Actual Editora.

Métodos de ensino e de aprendizagem

É utilizada a metodologia de exposição da matéria numa primeira fase da aula e numa segunda fase são propostos artigos científicos para debate. Estes permitirão, numa fase posterior, a realização de temas de desenvolvimento para consolidação do conhecimento da realidade turística internacional.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua (inclui alunos em mobilidade) - (Ordinário) (Final, Recurso)
   - Prova Intercalar Escrita - 50% (Nota mínima - 7 valores)
   - Trabalhos Práticos - 50% (Trabalhos práticos em aula.)
2. Avaliação final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
   - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

1. Português
2. Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Catarina Antónia Martins	Ricardo Alexandre Fontes Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
16-10-2023	21-10-2023	21-10-2023	21-10-2023

Este documento só tem validade académica depois de autenticado, em todas as suas folhas, com o selo a óleo da Instituição.