

NCE/11/01881 — Apresentação do pedido - Novo ciclo de estudos

Apresentação do pedido

Perguntas A1 a A4

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:
Instituto Politécnico De Viseu

A1.a. Descrição da Instituição de ensino superior / Entidade instituidora
Instituto Politécnico De Viseu

A2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

A2.a. Descrição da Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

A3. Ciclo de estudos:
Gestão Turística

A3. Study cycle:
Tourism Management

A4. Grau:
Mestre

Perguntas A5 a A10

A5. Área científica predominante do ciclo de estudos:
Turismo

A5. Main scientific area of the study cycle:
Tourism

A6.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos 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 de acordo com a Portaria n.º 256/2005 de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.
345

A6.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos 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:
120

A8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006):
4 semestres

A8. Duration of the study cycle (art.º 3 DL-74/2006):
4 semesters

A9. Número de vagas proposto:

A10. Condições de acesso e ingresso:

Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducentes ao grau de Mestre em Gestão Turística:

- a) *Titulares do grau de licenciatura organizada em 180 ECTS ou equivalente legal;*
- b) *Titulares de um grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um 1º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios de Bolonha por um Estado aderente a este Processo;*
- c) *Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido pelo Conselho Científico como satisfazendo os objectivos do grau de licenciado;*
- d) *Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido pelo Conselho Científico como atestando capacidade para a realização deste ciclo de estudos.*

A10. Entry Requirements:

- a) *Students who have a degree with 180 ECTS or legal equivalent;*
- b) *Students who have a degree taken abroad similar to the a Portuguese one, organized according to the Bologna process by a state member;*
- c) *Students who have a degree taken abroad recognized by the Scientific Council due to its goals.*
- d) *Students with a professional and scientific curriculum recognized by the Scientific Council due to its goals.*

Pergunta A11

Pergunta A11

A11. Ramos, opções, perfis, maior/menor ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):

Não

A11.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ... (se aplicável)

A11.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches options, profiles, major/minor, or other forms of organization of alternative paths compatible with the structure of the study cycle (if applicable)

Ramos/Opções/... (se aplicável):

Branches/Options/... (if applicable):

<sem resposta>

A12. Estrutura curricular

Anexo I -

A12.1. Ciclo de Estudos:

Gestão Turística

A12.1. Study Cycle:

Tourism Management

A12.2. Grau:

Mestre

A12.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

A12.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

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	TUR	72	0
Gestão	GEST	12	0
Marketing	MKT	12	6
Matemática	MAT	6	0
Informática	EI	6	0
Engenharia Civil	EC	0	6
Engenharia e Gestão Industrial	EGI	0	6
Psicologia	PSIC	0	6
(8 Items)		108	24

Perguntas A13 e A14

A13. Regime de funcionamento:

Pós Laboral

A13.1. Se outro, especifique:

<sem resposta>

A13.1. If other, specify:

<no answer>

A14. Observações:

A presente proposta do Mestrado em Gestão Turística assenta numa filosofia profissionalizante com transmissão de conhecimentos práticos, fundamentados por capacidades analíticas e de resolução de problemas.

O currículo do curso foi definido de forma a garantir que os alunos adquiram competências na área 812 - Turismo e Lazer e 345 - Gestão e Administração, referida na Portaria nº 256/2005 de 16 de Março.

O Curso encontra-se organizado em semestres, num total de quatro semestres com dois com parte lectiva e dois semestres para realização de Dissertação, Projecto ou Estágio.

Na parte lectiva, o modelo de avaliação é fundamentalmente orientado para a demonstração de competências adquiridas, sendo fortemente apoiado em trabalhos práticos. Procurar-se-á que os alunos sejam confrontados com situações reais do ambiente dos diferentes mercados turísticos.

A opção do trabalho final recaiu em Dissertação, mas também Projecto ou Estágio, dado o seu carácter mais profissionalizante.

Esta componente de Projecto final ou Estágio, será preferencialmente desenvolvida em colaboração com instituições públicas ou privadas, será orientada para a resolução de desafios enquadrados no domínio da formação conferida.

No segundo semestre existe uma preparação para a Dissertação ou Projecto, onde serão apresentadas as respectivas orientações. Na opção Estágio, será desenvolvido no ambiente das empresas acolhedoras e acompanhado pelos docentes do mestrado. Na situação em que a actividade profissional dos alunos não seja compatível com a realização do estágio numa empresa, a opção tomará a forma de um projecto real desenvolvido numa empresa ou a realização de um trabalho prático aplicado a um destino turístico, com um acompanhamento alargado por parte dos docentes.

A14. Observations:

The proposal of the Master in Tourism Management philosophy is based on a professional broadcast with practical knowledge, based on analytical and problem-solving.

The curriculum has been set to ensure that students acquire skills in the area 812 - Tourism and Leisure and 345 - Management and Administration, referred to in Decree Nr. 256/2005 of 16 March

The course is organized into semesters, a total of two of four semesters, two for teaching and performing project or internship and two semesters fro Dissertation, Internship or Project.

In the teaching, the evaluation model is primarily focused in the demonstration of the skills acquired, and it is strongly supported by practical work. Students are expected to be confronted with actual situations of the environment of the different tourist markets.

The final choice was decided to be a thesis work, a project or internship once is more professionalizing.

This project component or final stage, will preferably be developed in collaboration with public or private institutions, it will be oriented towards the resolution of challenges framed in the training given.

In the second half there is a preparation for the thesis or project, which will be presented with its guidelines. The Stage option will be developed in a corporate environment and it will be accompanied by the master teachers. In the situation where the professional activity of students is not compatible with the completion of internship in a company, the option will take the form of a real project developed in a company or making a practical work applied to a tourist destination, with an extended monitoring part by the teachers.

Instrução do pedido

1. Formalização do pedido

1.1. Deliberações

Anexo II - Conselho Pedagógico da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

1.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Pedagógico da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

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

[1.1.2._CPedagógico.pdf](#)

Anexo II - Conselho Técnico-Científico da ESTGV

1.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Técnico-Científico da ESTGV

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

[1.1.2._CTCcientífico.pdf](#)

1.2. Docente responsável

1.2. Docente responsável pela coordenação da implementação do ciclo de estudos

A respectiva ficha curricular deve ser apresentada no Anexo V.

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira

2. Plano de estudos

Anexo III - - 1º ano/1º semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão Turística

2.1. Study Cycle:

Tourism Management

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

1º ano/1º semestre

2.4. Curricular year/semester/trimester:

2.5. Plano de Estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Novas Tendências em Turismo/New Tendencies in Tourism	TUR	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	
Comportamento do Consumidor em Turismo/Consumer Behavior in Tourism	MKT	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	
Internacionalização em Turismo/Tourism internationalization	TUR	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	
Estratégia e Inovação em Turismo/Tourism strategy and innovation	GEST	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	
Marketing de Produtos Turísticos/Marketing of Tourism Products	MKT	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	

(5 Items)

Anexo III - - 1º ano/2º semestre**2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão Turística***2.1. Study Cycle:***Tourism Management***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)***<sem resposta>***2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)***<no answer>***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º ano/2º semestre***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st year/2nd semester***2.5. Plano de Estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Metodologias de Investigação e Análise de Dados/Unvetstigation Methodology and Data Analysis	MAT	Semestral	159	TP-16; PL-16	6	
Análise de Viabilidade e Financiamento de Projectos Turísticos/Feasibility Analysis and Financing Tourism Projects	GEST	Semestral	159	TP-16; PL-16	6	
E-Commerce em Negócios Turísticos/E-Commerce in tourism business	EI	Semestral	159	TP-16; PL-16	6	
Gestão de Operações e Qualidade em Serviços Turísticos/Operations Management and Service Quality in Tourism	EGI	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	Opção/Option
Gestão de Pessoas, Liderança e Gestão de Equipas/People Management, Leadership and Management Team	PSIC	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	Opção/Option
Gestão e Ordenamento de Áreas Turísticas/Management and Planning of Tourist Areas	EC	Semestral	159	TP-32; OT-6	6	Opção/Option

Anexo III - - 2º ano/1º semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão Turística

2.1. Study Cycle:

Tourism Management

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º ano/1º semestre

2.4. Curricular year/semester/trimester:

2nd year/1st semester

2.5. Plano de Estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Projecto/Dissertação/Estágio/Project/Thesis/Internship (1 Item)	TUR	Semestral	795	OT-39	30	

Anexo III - - 2º ano/2º semestre

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão Turística

2.1. Study Cycle:

Tourism Management

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras (se aplicável)

<sem resposta>

2.3. Branches, options, profiles, major/minor, or other forms (if applicable)

<no answer>

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º ano/2º semestre

2.4. Curricular year/semester/trimester:

2nd year/2nd semester

2.5. Plano de Estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Projecto/Dissertação/Estágio/Project/Thesis/Internship (1 Item)	TUR	Semestral	795	OT-39	30	

3. Descrição e fundamentação dos objectivos

3.1. Dos objectivos do ciclo de estudos

3.1.1. Objectivos gerais do ciclo de estudos.

Formação de técnicos de Gestão das organizações turísticas para:

- *Compreender o contexto geral da actividade turística a nível mundial, regional, nacional e local;*
- *Desenvolver competências para compreender os factores que determinam a actividade turística para agir correcta e proactivamente num contexto de concorrência global a nível das organizações e destinos e produtos turísticos.*
- *Desenvolver competências ao nível estratégico da gestão das organizações e destinos turísticos.*

3.1.1. Study cycle's generic objectives.

Formation of technicians of Tourism Organizations Management to:

- *Understand the general context of tourism worldwide, at a regional, national and local level;*
- *Develop skills to understand the factors that determine tourism to act proactively and in a context of global competition within the organizations and tourism destinations and products.*
- *Developing skills in the strategic management of the organizations and tourist destinations.*

3.1.2. Objectivos de aprendizagem.

Este mestrado pretende:

- *Preparar quadros de elevada qualificação para o desempenho de tarefas nas áreas de gestão das organizações turísticas;*
- *Providenciar a formação técnica e estratégica adequada aos quadros das empresas e dos organismos da administração pública responsáveis pela gestão e planeamento das actividades do Turismo, lazer e recreio;*
- *Dotar os mestrandos com competências para participarem na elaboração de planos de acção estratégica e desenvolvimento de organizações e destinos turísticos;*
- *Estimular nos mestrandos a inovação para o desenvolvimento de novos produtos e novas actividades turísticas;*
- *Desenvolver nos mestrandos a motivação e competência para a investigação e desenvolvimento nos diversos domínios e conhecimento científico do Turismo;*
- *Formar técnicos com capacidades avançadas de análise multidisciplinar do Turismo, tendo em vista o desenvolvimento sustentado deste sector.*

3.1.2. Intended learning outcomes.

This Master aims to:

- *Prepare highly qualified staff to perform tasks in management of tourism organizations;*
- *Provide technical training and the proper strategic board meetings and public administration bodies responsible for management and planning activities in the tourism, leisure and recreation;*
- *to provide Master students with the skills to participate in drawing up action plans and strategic development of organizations and destinations;*
- *Encourage innovation in the students so they can develop new products in tourism;*
- *Develop a master's degree in motivation and competence for research and development in various fields of tourism and scientific knowledge;*
- *Train technicians with advanced capabilities for multidisciplinary analysis of Tourism, in view of the sustainable development of this sector.*

3.1.3. Coerência dos objectivos definidos com a missão e a estratégia da instituição de ensino.

Os objectivos do curso estão em consonância com a missão e estratégia da instituição na medida em que a presente proposta permitirá formar mestres capazes de exercerem a sua actividade profissional com um elevado nível de competência técnica, científica e profissional.

A qualificação de alto nível na área da Gestão Turística permitirá a produção e difusão do conhecimento, através da efectivação da dissertação, dos Projectos finais ou dos Estágios realizados nas organizações da região.

A presente proposta de mestrado em Gestão Turística possui um carácter assumidamente profissionalizante, pretendendo-se formar especialistas com competências em domínios de aplicação muito concreta da área do turismo, mais especificamente na gestão de destinos e organizações Turísticas. Este carácter profissionalizante permitirá também, através de actividades de ligação à comunidade, a transferência de conhecimento, assim como de valorização económica do conhecimento científico, assumidamente reconhecidos pela instituição.

Finalmente o espírito de inovação subjacente ao presente mestrado sublinham a missão de empregabilidade e profissionalização do ensino politécnico, na medida em que se fomentará o empreendedorismo dos alunos para a criação do próprio emprego.

3.1.3. Coherence of the defined objectives with the institution's mission and strategy.

The aims are in line with the mission and strategy of the institution to the extent that this proposal will train teachers able to exercise their profession with a high level of technical expertise, scientific and professional competence.

The high-level skills in the area of Travel Management will allow the production and dissemination of knowledge by the end of provision of dissertations, projects or internships carried out in stages or organizations in the region.

The proposed master's degree in Tourism Management has an openly professional character, which seeks to train specialists with expertise in very specific areas of application of the tourism sector, specifically in the management of destinations and tourism organizations. This will also allow vocational nature, through community liaison activities, knowledge transfer, as well as economic exploitation of scientific knowledge, openly recognized by the institution.

Finally the spirit of innovation underlying this master emphasizes the mission of employability of polytechnic education and professionalization, as it will foster entrepreneurship in the students so they seek for self-employment.

3.2. Adequação ao Projecto Educativo, Científico e Cultural da Instituição

3.2.1. Projecto educativo, científico e cultural da instituição.

O Projecto educativo, científico e cultural do IPV assenta em princípios e valores orientados para a valorização das actividades dos seus docentes, investigadores e funcionários. Simultaneamente, este projecto procura estimular a formação intelectual, profissional e humana dos seus estudantes e assegurar as condições para que todos os cidadãos devidamente habilitados possam ter acesso ao ensino superior e à aprendizagem ao longo da vida. O IPV procura ainda contribuir para a compreensão das humanidades e das artes, promovendo e organizando acções de apoio à difusão da cultura humanística, artística, científica e tecnológica.

A vertente educativa do projecto traduz-se na promoção de um ensino superior de qualidade, de natureza profissional, nomeadamente através da oferta de cursos de especialização tecnológica, de licenciatura, pós graduações e mestrados. Adicionalmente, o IPV promove, em diferentes áreas científicas, cursos de formação ao longo da vida, bem como da qualificação de activos.

No que concerne à vertente científica, o IPV procura incentivar a investigação, o desenvolvimento e a inovação, bem como promover a aplicação dos conhecimentos à resolução de problemas do tecido empresarial da região em que se insere. Neste contexto, o IPV reconhece a necessidade de fundamentar as soluções propostas numa sólida base científica de natureza conceptual. O desenvolvimento de actividades de investigação é ainda assumido como crucial para um melhor desempenho do projecto educativo, nomeadamente através da integração dos alunos nestas actividades.

A vertente cultural do plano envolve a promoção e organização de acções de apoio à difusão da cultura humanística, artística, científica e tecnológica. Para o efeito, o IPV procura promover eventos científico-culturais (congressos, conferências, palestras, colóquios, exposições, dias abertos, etc.), e desta forma, contribuir para a transmissão do conhecimento e da cultura, tanto à comunidade escolar como à comunidade exterior à escola.

Ao longo dos anos, o IPV tem tido um papel educativo, cultural e científico importante, incluindo nas áreas de formação do curso de Turismo. A prestação de serviços à comunidade, a oferta de cursos superiores em múltiplas áreas científicas, a integração de docentes em centros de investigação nacionais de reconhecido mérito (e a respectiva participação em projectos de investigação) e a organização de eventos científico-culturais tem contribuído, de forma decisiva, para este facto. Naturalmente, o IPV pretende reforçar estas actividades, bem como implementar outras, de forma a consolidar o seu projecto educativo, científico e cultural.

3.2.1. Institution's educational, scientific and cultural project.

The educational, scientific and cultural project of IPV is based on principles and values-oriented enhancement of the activities of its faculty, researchers and staff. Simultaneously, this project seeks to stimulate the intellectual, professional, student and human conditions to ensure that all citizens are duly authorized to have access to higher education and lifelong learning. IPV seeks to contribute to the understanding of the humanities and the arts, promoting and organizing activities to support the dissemination of humanistic, artistic, scientific and technological research.

The educational component of the project is reflected in the promotion of a higher education quality, professional in nature, notably by offering specialization courses, undergraduate, post graduate and master degrees. Additionally, IPV promotes, in different scientific areas, training courses throughout life, as well as qualifying assets.

Regarding the scientific side, IPV seeks to encourage research, development and innovation, and promote the application of knowledge to solve problems of the business in the region in which it operates. In this context, IPV recognizes the need for the proposed solutions based on solid scientific knowledge. The development of research is still assumed to be crucial for a better performance of the educational project, including the integration of students in these activities.

The cultural component of the plan involves the promotion and organization of actions to support the dissemination of

humanistic, artistic, scientific and technological research. To this end, IPV seeks to promote scientific and cultural events (congresses, conferences, lectures, symposia, exhibitions, open days, etc.), And thus contribute to the transmission of knowledge and culture, both to the school community as to the community outside the school.

Over the years, IPV has had an educational cultural and scientific important role, including in the areas of tourism training course. The provision of community services, offering higher education courses in multiple areas of science, teachers in the integration of national research centers of recognized merit (and their participation in research projects) and the organization of scientific and cultural events has contributed so decisive for this. Of course, the IPV intends to strengthen these activities, as well as implement other in order to consolidate their educational, scientific and cultural.

3.2.2. Demonstração de que os objectivos definidos para o ciclo de estudos são compatíveis com o projecto educativo, científico e cultural da instituição.

Os objectivos estabelecidos para o ciclo de estudos vão de encontro ao projecto educativo e cultural da instituição na medida em que o curso, como espaço de construção de conhecimento, foi estruturado a partir dos desafios percebidos da comunidade educativa, no meio local envolvente e nas exigências académico-profissionais requeridas no contexto actual da economia. Nesse sentido, a preocupação assentou na criação, transmissão e difusão do saber de natureza profissional, através da articulação do estudo, do ensino, da investigação orientada para resolver problemas concretos das organizações e da comunidade.

Os objectivos do curso estão ainda orientados para a produção e difusão do conhecimento e da cultura, incentivando para uma atitude de permanente inovação científica e profissional e permitir uma estreita ligação entre as suas actividades e a comunidade em que se integra, quer através da realização dos projectos quer dos estágios nas organizações da comunidade.

3.2.2. Demonstration that the study cycle's objectives are compatible with the institution's educational, scientific and cultural project.

The objectives set for the course does not support the project of educational and cultural institution in that course as a space for knowledge construction, is structured from the perceived challenges of the educational community in the surrounding local environment and the academic and professional demands needed in the current economy. In this sense, the concern was based on the creation, transmission and dissemination of knowledge of a professional, through the articulation of the study, teaching, research oriented to solve specific problems and community organizations.

The aims are still oriented to the production and dissemination of knowledge and culture, to encourage an attitude of permanent and professional and scientific innovation to enable a close link between their activities and the community it represents, either through the implementation of projects either to the stages in community organizations.

3.3. Unidades Curriculares

Anexo IV - Novas Tendências em Turismo

3.3.1. Unidade curricular:

Novas Tendências em Turismo

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Carla Maria Alves da Silva

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

Cristina Maria de Jesus Barroco Novais

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

Pretende-se fornecer as bases conceptuais e metodológicas para que o aluno adquira uma perspectiva crítica, holística e integrada do turismo, tendo em conta o contexto económico, cultural e social actual.

Concretamente pretende-se que o aluno adquira:

- *Capacidade de compreensão das dinâmicas actuais da actividade turística;*
- *Capacidade de análise das problemáticas e tendências do turismo;*
- *Capacidades de actuação num contexto global e de diversidade cultural;*
- *Capacidade de análise dos determinantes de procura e atractividade turística;*
- *Capacidade de aplicação dos conhecimentos a contextos plurinstitucionais e a domínios informais;*
- *Capacidade de observação, pesquisa e investigação das temáticas abordadas.*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

It is intended to provide the conceptual and methodological bases for the student to acquire a critical holistic and integrated tourism perspective, taking into account the economic, cultural and social current.

Specifically it is intended that the students acquire:

- *Ability to understand the current dynamics of tourism;*
- *Ability to analyze problems and trends of tourism;*
- *ability to act in a global context and cultural diversity;*
- *Ability to analyze the determinants of demand and tourist attraction;*
- *Ability to apply knowledge of the contexts and domains plural-institutional informally;*
- *Ability to observe, study and research given topics*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Aspectos conceptuais do Turismo*
- 2. Análise estrutural do Turismo*
- 3. As características económicas do Turismo*
- 4. Indicadores de avaliação*
- 5. O sistema do Turismo*
- 6. Factores determinantes de evolução do turismo*
- 7. Tendências actuais e novas formas emergentes do turismo*
 - 7.1 Novos consumos em turismo*
 - 7.2 Novas necessidades e motivações sociais*
 - 7.3 Atitudes, valores e estilos de vida*
 - 7.4 Formas alternativas de turismo*
 - 7.5 Novos mercados emergentes*
 - 7.6 Novos destinos e produtos turísticos*

3.3.5. Syllabus:

- 1. Conceptual Aspects of Tourism*
- 2. Structural analysis of tourism*
- 3. The economic characteristics of tourism*
- 4. Evaluation indicators*
- 5. System of Tourism*
- 6. Factors influencing the evolution of tourism*
- 7. Current trends and new emerging forms of tourism*
 - 7.1 New tourism consumption*
 - 7.2 New social needs and motivations*
 - 7.3 Attitudes, values and lifestyles*
 - 7.4 Alternative forms of tourism*
 - 7.5 New emerging markets*
 - 7.6 New destinations and tourism products*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Abordar os conteúdos programáticos no âmbito das novas tendências em turismo, nomeadamente em conhecer os factores que foram determinantes à evolução do turismo e que o tornaram um fenómeno económico, social e cultural à escala mundial, permite que o aluno compreenda as dinâmicas e problemáticas actuais da actividade turística. Por outro lado, conhecer as novas tendências do turismo numa conjuntura global e internacional, possibilita ao aluno a aquisição de uma atitude proactiva, de actuação e aplicação dos conhecimentos e aptidões ao sector turístico.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

Address the syllabus under the new trends in tourism, especially to know the factors that were crucial to the evolution of tourism and made it a major economic, social and cultural world-wide, allows the student to understand the dynamics and problems of current tourism.

On the other hand, know the new trends of tourism in a global environment and international, allow the students to acquire a proactive attitude, action and application of knowledge and skills in the tourism sector.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O processo de Ensino/Aprendizagem será fundamentado em critérios conceptuais, empíricos e pedagógicos, baseados na participação activa dos alunos mestrandos. Neste sentido, a metodologia de Ensino/Aprendizagem irá basear-se na observação, exposição e discussão dos conteúdos a leccionar em sessões teórico-práticas. Serão expostos os conceitos e apresentadas as metodologias, por vezes com recurso a videoprojector – data show. O desenvolvimento de alguns dos conteúdos programáticos favorece ainda a aplicação mista da exposição e de investigação, com recurso a tecnologias para recolha de informação científica (bases de dados/portais científicos). São ainda explorados casos práticos e discutidos case study(ies).

A avaliação terá por base a preparação e discussão de casos previamente seleccionados e disponibilizados aos alunos mestrandos e a elaboração de um Relatório Síntese sobre os conteúdos relevantes aprendidos nas aulas.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The process of teaching / learning will be based on conceptual, empirical, and teaching criteria based on active participation of the master students. In this sense, the teaching / learning will be based on observation, content presentation and discussion of teaching in theoretical and practical sessions. It will be exposed to the concepts and methodologies presented, sometimes using projector - data show.

The development of some of the syllabus also encourages the application of mixed exposure and research, using technology to collect scientific information (databases / scientific portals). Are also explored and discussed case studies case study.

The evaluation will be based on preparation and discussion of cases previously selected and made available to master students and the preparation of a Synthesis Report on the lessons learned in relevant content.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A aplicação de uma metodologia de ensino fundamentada em critérios conceptuais e empíricos, baseada na participação activa dos alunos, possibilita aos alunos a compreensão, análise e discussão das dinâmicas e problemáticas actuais do turismo, tanto do lado da procura como do lado da oferta no sector, promovendo a análise das novas tendências e formas emergentes do turismo. Por outro lado, a aplicação mista da exposição e de investigação, com recurso a tecnologias para recolha de informação científica, permite que o aluno adquira capacidade de observação, pesquisa e investigação na área do turismo. O desenvolvimento das capacidades de análise e reflexão crítica serão ainda estimuladas através da exploração de casos práticos e discussão de case study(ies).

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The application of a teaching methodology based on conceptual and empirical criteria, based on active participation of students, enables students to understand, analyze and discuss current issues and the dynamics of tourism, on both the demand and supply side of the sector promoting the analysis of new trends and emerging forms of tourism. On the other hand, the application of mixed exposure and research, using technology to collect scientific information, allows the student to acquire capacity for observation, investigation and research in tourism. The development of analytical and critical thinking will also be encouraged through the exploration of case studies and discussion of case study.

3.3.9. Bibliografia principal:

Cohen, E. (2004). Contemporary tourism: Diversity and change. Amsterdam: Elsevier.
Fortuna, C., & Ferreira, C. (1996). O turismo, o turista e a Pós-Modernidade. Coimbra: CES.
Cunha, L. (2003). Perspectivas e Tendências do Turismo. Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa.
Meethan, K. (2001). Tourism in global society: Place, culture, consumption. New York:Palgrave.
Moutinho, L. (2011). Strategic management in tourism: Cabi Publishing.
Silva, C., Abrantes, J., & Lages, C. (2009). Push motivations for tourism mountain destinations. In A. Fyall, M. Kozak, L. Andreu, J. Gnoth, & S. Sibila, Marketing innovations for sustainable destinations (pp. 92-101). Oxford: Goodfellow Publishers.
Vanhove, N. (2005). The economics of tourism destinations: Butterworth-Heinemann.
Vieira, J. (2004). O novo turista. Cadernos de Economia, 69, 136-140.

Anexo IV - Comportamento do Consumidor em Turismo

3.3.1. Unidade curricular:

Comportamento do Consumidor em Turismo

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

José Luís Mendes Loureiro Abrantes

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

Carla Maria Alves da Silva

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

Pretende-se que os alunos:

- 1. Compreendam e interpretem tendências sociológicas e psicológicas associadas ao consumo em turismo;*
- 2. Analisem criticamente os vários modelos explicativos do comportamento do consumidor em turismo;*
- 3. Conheçam e expliquem todos os elementos (internos e externos) que motivam o consumidor turista, distinguindo a forma como esses elementos actuam no mercado;*
- 4. Relacionem conhecimentos da área do comportamento do consumidor (teorias e princípios) com as perspectivas de gestão orientadas ao mercado turístico.*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

It is intended that students:

1. Understand and interpret psychological and sociological trends associated with consumption in tourism;
2. Critically analyze the various explanatory models of consumer behavior in tourism;
3. Know and explain all elements (internal and external) that motivate the tourist consumer, distinguishing how these elements operating in the market;
4. Relate knowledge of the area of consumer behavior (theories and principles) with the prospects of the tourism market-oriented management.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

I. Tendências actuais da Sociedade de Consumo

- I.1 A Sociedade de Consumo das sociedades ocidentais
- I.2 O produto turístico como bem de consumo

II. Objecto de estudo: o Processo de Decisão de Compra em Turismo

- II.1. Principais Etapas: modelo do processamento de informação
- II.2 Escolha de Destinos: modelos de Choice Set
- II.3. Principais influências: variáveis internas e variáveis externas

III. Modelos parciais do comportamento de consumo em Turismo

- III.1. Modelos de Necessidade
- III.2. Modelos de Procura de informação
- III.3. Modelos de Escolha
- III.4. Modelos de avaliação e satisfação

3.3.5. Syllabus:

I. Current trends in Consumer Society

- I.1 The Consumer Society of Western societies
- I.2 The tourism product as a consumer good

II. Subject of study: Buying Decision Process in Tourism

- II.1. Key Steps: model of information processing
- II.2 Choice Destinations: Models of Choice Set
- II.3. Main influences: internal variables and external variables

III. Partial models of consumer behavior in tourism

- III.1. Models of Need
- III.2. Models of Information Search
- III.3. Choose Models
- III.4. Models evaluation and satisfaction

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Inicialmente os alunos ficarão com uma perspectiva global da Sociedade de Consumo actual e o enquadramento do produto turístico nessa sociedade (objectivo 1). No capítulo seguinte os alunos ficarão a conhecer os dois tipos principais de modelos de decisão em turismo: Modelo de Processamento de Informação onde ficarão a conhecer as principais etapas do processo de decisão em turismo. Depois poderão conhecer os modelos de choice set específicos em turismo, mais especificamente para a escolha de destinos turísticos (objectivo 2). A seguir serão abordadas as variáveis internas e externas que influenciam os turistas nas suas decisões (objectivo 3). Finalmente, no capítulo III os alunos poderão conhecer os modelos específicos parciais do comportamento do consumidor em turismo de forma a desenvolverem o espírito crítico e fazerem a aplicação da teoria a case studies de organizações e destinos turísticos.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

Initially students will get an overview of the Consumer Society and the current framework of the tourism product in this society (Objective 1). In the next chapter the students will know the two main types of decision models for tourism: Information Processing Model will be to know where the main stages of decision making in tourism. Then you can know the specific set models of choice in tourism, more specifically the choice of tourist destinations (Objective 2). Then we will discuss the internal and external variables that influence tourists in their decisions (Objective 3). Finally, in Chapter III students will be able to know the partial specific models of consumer behavior in tourism in order to develop critical thinking and make the application of theory to case studies of organizations and tourist destinations.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia assentará na leccionação de aulas teóricas e teórico-práticas:

- *Aulas teóricas: os conteúdos teóricos serão transmitidos pelo docente com apoio de apresentações Powerpoint, acompanhadas do contacto com exemplos práticos de empresas e organizações turísticas. Serão convidados investigadores das várias áreas do Comportamento do Consumidor em Turismo para abordar as diversas temáticas leccionadas;*
 - *Aulas teórico-práticas: aos alunos será pedido para construírem um artigo científico numa qualquer temática à sua escolha no Comportamento do Consumidor em Turismo, de preferência numa temática que gostassem de abordar na sua tese/Projecto. O trabalho será desenvolvido nas aulas teórico-práticas.*
- Formato de Avaliação*

Os alunos irão construir um artigo científico individualmente sobre qualquer temática na área do Comportamento do Consumidor em Turismo.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology is based on lectures and teaching of theoretical and practical:

- Lectures: the theoretical contents will be transmitted by the teacher with support from Powerpoint presentations, accompanied by the contact with practical examples of companies and tourism organizations. Will be invited researchers from various areas of Consumer Behavior in Tourism to address various topics taught;
- Lectures: students will be asked to build a scientific paper on any topic of their choice in Consumer Behavior in Tourism, preferably on a topic they would like to address in your thesis / project. The work will be developed in practical classes.

Assessment Format

Students will build an individual scientific paper on any subject in the area of Consumer Behavior in Tourism.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

O método pedagógico da disciplina privilegia o estudo de casos práticos reais de organizações e destinos turísticos de forma a desenvolver nos alunos a compreensão dos conteúdos teóricos em contexto prático (objectivos 1, 2 e 3) e igualmente o desenvolvimento do espírito crítico para que os alunos proponham soluções e estratégias para determinados problemas de gestão turística (objectivo 4).

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The teaching method emphasizes the study of the subject of case studies in real organizations and tourist destinations in order to develop the students' understanding of theoretical concepts in practical context (objectives 1, 2 and 3) and also develop critical thinking for students propose strategies and solutions to problems of tourism management (objective 4).

3.3.9. Bibliografia principal:

Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism Management, 21 (1), 97-116.

Camino, J., Cueva, R., & Ayala, V. (2000). Conducta del Consumidor: Estratégias y Tácticas Aplicadas al Marketing. Madrid: ESIC.

Cardoso, A. (2009). O comportamento do consumidor: Porque é que os consumidores compram? Lisboa: Lidel.

Crouch, G.I. (Ed.) (2004). Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure. Oxfordshire: CABI Publishing.

Divesekera, S. (2003). A model of demand for international tourism. Annals of Tourism Research, 30, 31-49.

Eugénio-Martim, J. (2003). Modelling Determinants of Tourism Demand as a Five-Stage Process: A Discrete Choice Methodological. Tourism and Hospitality Research, 4 (4), 341-354.

Evans, M.; Jamal, A; & Foxall G. (2006) Consumer behavior. Chichester: John Wiley & Sons.

Goeldner, C., Ritchie, J., & McIntosh, R. (2003). Tourism: Principles, Practices and Philosophies (9ª Edição ed.). New York: John Wiley and Sons.

Anexo IV - Internacionalização em Turismo

3.3.1. Unidade curricular:

Internacionalização em Turismo

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

Pretende-se com esta unidade que os alunos ganhem as seguintes competências:

1. *Perceber a importância do turismo internacional e as suas repercussões na economia, na sociedade, na cultura e no ambiente;*
2. *Avaliar as especificidades do turismo internacional;*
3. *Perceber a importância da cultura nos consumos do produto turístico internacional*
4. *Analisar a estrutura do mercado do turismo internacional, e as tendências de evolução dos mercados emissores e receptores e vantagens competitivas de forma a reflectir sobre o desenvolvimento de novos destinos;*
5. *Contextualizar o caso português no turismo internacional;*
6. *Perceber a importância do marketing internacional no desenvolvimento do turismo.*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

It is intended that with this unit students gain the following competencies:

1. *Realizing the importance of international tourism and its impact on the economy, society, culture and environment;*

2. To assess the specificities of international tourism;
3. Realizing the importance of culture in international tourist product consumption
4. Analyze the market structure of international tourism trends and market developments senders and receivers and competitive advantages to reflect on the development of new destinations;
5. Contextualize the Portuguese case in international tourism;
6. Realizing the importance of international marketing in tourism development.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

I. TURISMO INTERNACIONAL

I.1 O Meio envolvente global

I.2 Impactos

II. GLOBALIZAÇÃO E DIVERSIDADE CULTURAL

II.1 A diversidade cultural

II.2 Teorias interculturais

II.3 Práticas culturais e implicações no turismo

II.4 Comparações culturais: turistas de múltiplos destinos e residentes.

III. TURISMO INTERNACIONAL: TENDÊNCIAS DOS PRINCIPAIS MERCADOS

III.1 Procura

III.2 Oferta

III.3 Tendências

IV. TURISMO INTERNACIONAL EM PORTUGAL

IV.1 Procura

IV.2. Oferta

IV.3 Tendências

V. MARKETING INTERNACIONAL

V.1 As oportunidades de realização de negócios no Mercado Global.

V.2 O desenvolvimento de estratégias de marketing globais: A gestão do marketing global.

V.3 O Marketing-mix para os mercados internacionais: Produtos para consumidores. Produtos para organizações. Os canais de distribuição internacionais. Exportação e logística. Comunicações de marketing internacionais. A força de vendas. Os preços nos mercados internacionais. A implementação de estratégias de marketing Globais.

3.3.5. Syllabus:

I. INTERNATIONAL TOURISM

I.1 The Global Surroundings

I.2 Impacts of International Tourism

II. GLOBALIZATION AND CULTURAL DIVERSITY

II.1 Cultural diversity

II.2 intercultural theories

II.3 cultural practices and implications for tourism.

II.4 cultural comparisons: multiple destination tourists and residents.

III. INTERNATIONAL TOURISM: TRENDS IN MAJOR MARKETS

III.1 Search

III.2 Offer

III.3 Trends of Evolution

IV. INTERNATIONAL TOURISM IN PORTUGAL

IV.1 Search

IV.2. Offer

IV.3 Trends of Evolution

V. INTERNATIONAL MARKETING

V.1 The opportunities for doing business in the Global Market.

V.2 The development of global marketing strategy: The management of global marketing.

V.3 The marketing mix for international markets: products for consumers. Products organizations. The international distribution channels. Export and logistics. International marketing communications. The sales force. Prices in international markets. Implementing Global Marketing Strategies.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Inicialmente os alunos ficarão com uma perspectiva global das especificidades do turismo internacional e da Globalização do fenómeno turístico e das suas repercussões ao nível dos impactos que esta actividade tem em vários quadrantes (objectivos 1 e 2). O capítulo seguinte pretende dotar os alunos de conhecimentos sobre a importância da cultura nos padrões de consumo do turismo e a importância da diversidade cultural para o sucesso de destinos e organizações turísticas (objectivo 3). No capítulo seguinte os alunos ficarão a conhecer os vários padrões actuais e de desenvolvimento dos mercados turísticos através de estudos de caso (objectivo 4). A seguir será feita a contextualização da situação portuguesa no contexto do turismo internacional (objectivo 5). Finalmente o alunos conhecerão as ferramentas de marketing para trabalhar os destinos e organizações turísticas (objectivo 6).

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

Initially students will get an overview of the specificities of international tourism and the globalization of the tourism phenomenon and its repercussions in terms of the impacts that this activity has in many quarters (Objectives 1 and 2). The following chapter aims to provide students with knowledge about the importance of culture in consumption patterns of tourism and the importance of cultural diversity to the success of tourism organizations and destinations

(Objective 3). In the next chapter the students will learn about the various existing standards and development of the tourism market through case studies (objective 4). The following will be the context of the Portuguese situation in the context of international tourism (Objective 5). Finally, the students learn the tools of marketing to work destinations and tourist organizations (Objective 6).

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

•Aulas teórico-práticas: aos alunos serão, sempre que se justificar, entregues case studies com situações reais, tal como artigos científicos cujo contexto de estudo se prenda com destinos e organizações turísticas para serem analisados nas aulas. Aos alunos será igualmente pedido para que desenvolvam um projecto para o lançamento de um produto ou destino num mercado estrangeiro à sua escolha. De preferência numa temática e/ou mercado que gostassem de abordar na sua tese/Projecto.

Formato de Avaliação

Descrição: os alunos irão construir um projecto individualmente para o lançamento de um produto ou destino num mercado estrangeiro à sua escolha.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology is based on lectures and teaching of theoretical and practical:

• Lectures: the theoretical contents will be transmitted by the teacher with support from Powerpoint presentations, accompanied by the contact with practical examples of destinations and tourism organizations. Will be invited researchers from various disciplines to address various topics taught;

• Lectures: students will, where appropriate, case studies delivered with real situations, such as scientific articles whose study context is related to tourist destinations and organizations to be analyzed in class. Students will also be asked to develop a project to launch a product in a foreign market or destination of your choice. Preferably a subject and / or market that would like to address in your thesis / project.

Assessment Methods

Description: Students will build an individual project to launch a product in a foreign market or destination of your choice.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

O método pedagógico da disciplina privilegia o estudo de casos práticos reais de organizações e destinos turísticos de forma a desenvolver nos alunos a compreensão dos conteúdos teóricos em contexto prático (objectivos 1, 2, 3 e 4) e igualmente o desenvolvimento do espírito crítico para que os alunos proponham soluções e estratégias para determinados problemas de gestão turística (objectivos 5 e 6).

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The teaching method emphasizes the study of the subject of case studies of real organizations and tourist destinations in order to develop the students' understanding of theoretical concepts in practical context (objectives 1, 2, 3 and 4) and also the development of critical thinking that students to propose solutions and strategies to problems of tourism management (objectives 5 and 6).

3.3.9. Bibliografia principal:

Beirman, D. (2003). *Restoring tourism destinations in crisis: a strategic marketing approach*. Cambridge: CABI.
Boniface, B.G. (2001). *Worldwide destinations: The geography of travel and tourism*. Butterworth Heinemann: Oxford.
Buhalis, D.; & Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Amsterdam: Elsevier.
Cateora, P.R.; Gilly, M.C.; & Graham, J.L. (2009). *International marketing*. New York : McGraw-Hill.
Costa, P.; Rita, P.; & Águas, P. (2001). *Tendências internacionais em turismo*. Lidel: Lisboa, Portugal.
Freire, A. (1998). *Internacionalização – Desafios para Portugal*. Editorial Verbo: Lisboa.
Hall, C.M; & Lew, A.A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: an integrated approach*. London: Routledge.
Kotabe, M; & Helsen, H. (2000). *Global marketing management*. New York: John Wiley.
Lanfant, M.F.; Allcock, J.B.; & Bruner, E.M. (ed.) (1995). *International tourism: Identity and change*. Sage: London.

Anexo IV - Estratégia e Inovação em Turismo

3.3.1. Unidade curricular:

Estratégia e Inovação em Turismo

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

José Luís Mendes Loureiro Abrantes

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

Samuel Ferreira de Barros

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

Pretende-se que os alunos:

1. Desenvolvam competências base de análise, formulação e implementação da estratégia empresarial;
2. Aprendam conhecimentos fundamentais sobre comportamento empreendedor, a inovação nas organizações turísticas e os factores que a influenciam.

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

It is intended that students:

1. Develop basic skills of analysis, formulation and implementation of business strategy;
2. Learn fundamental knowledge about entrepreneurial behavior, innovation in the tourist organizations and the factors influencing it.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

- I. Origens da estratégia e conceitos fundamentais.
- II. Perspectivas do pensamento estratégico.
- III. Análise estratégica.
- IV. Formulação da estratégia
- V. Implementação da estratégia.
- VI. Tendências actuais em estratégia empresarial.
- VII. Gestão da mudança e inovação estratégica.
- VIII. Processos de inovação e criatividade em turismo.
- IX. Inovação, empreendedorismo e competitividade.
- X. Factores de inovação e processos de inovação.
- XI. A inovação organizacional e a cultura organizacional inovadora.
- XII. A aprendizagem e a inovação.
- XIII. A performance da inovação dos produtos.
- XIV. A inovação na perspectiva da empresa.

3.3.5. Syllabus:

- I. Origins of the strategy and concepts.
- II. Perspectives of strategic thinking.
- III. Strategic analysis.
- IV. Strategy formulation
- V. Implementation of the strategy.
- VI. Current trends in corporate strategy.
- VII. Change management and strategic innovation.
- VIII. Processes of innovation and creativity in tourism.
- IX. Innovation, entrepreneurship and competitiveness.
- X. Factors of innovation and innovation processes.
- XI. Organizational innovation and innovative organizational culture.
- XII. The learning and innovation.
- XIII. The performance of product innovation.
- XIV. Innovation from the perspective of the company.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os primeiros seis pontos do programa pretendem desenvolver no aluno as competências de base para compreender os conceitos fundamentais de estratégia empresarial e dotá-lo de conhecimentos para efectuar o processo de análise, formulação e implementação da estratégia numa organização turística. Os restantes pontos do programa destinam-se a desenvolver no aluno as competências relacionadas com a inovação e empreendedorismo na perspectiva das organizações de turismo.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The first six points of the program aim to develop in students the basic skills to understand the fundamental concepts of business strategy and give it the expertise to make the process of analysis, strategy formulation and implementation of a tourism organization. The remaining points of the program intended to develop in students the skills related to innovation and entrepreneurship from the perspective of tourism organizations.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia assentará na leccionação de aulas teórico-práticas:

Os conteúdos teóricos serão transmitidos pelo docente com base nos métodos expositivo e interrogativo com investigação e a aplicação baseadas na participação e criatividade dos alunos, utilizando, sempre que recomendável adequados meios áudio - visuais. Serão ainda realizadas sessões com base no método dos casos práticos sobre inovação e no desenvolvimento de trabalho de grupo sobre estratégia. Privilegiam-se desta forma as metodologias activas.

Formato de Avaliação

Na avaliação final da unidade curricular são considerados os seguintes elementos, todos de execução obrigatória:

1. Assiduidade e participação nas aulas: 10%;
2. Resolução, apresentação e discussão dos casos práticos: 20%;

3. Trabalho final em grupo: 20%;
4. Teste escrito individual: 50%.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology is based on lectures and teaching of theoretical and practical. The theoretical contents will be transmitted by the teacher based on the exhibition and interrogative methods in research and application based on participation and creativity of students, using, where appropriate recommend an audio - visual. Lectures: sessions based on the method of case studies on innovation and development of team work on strategy. Focus is thus active methodologies.

Assessment Format

In the final evaluation of the course are considered the following elements, all of enforceable:

1. Attendance and class participation: 10%;
2. Resolution, presentation and discussion of practical cases: 20%;
3. Final work group: 20%;
4. Individual written test: 50%.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

O método expositivo a utilizar na leccionação da unidade curricular favorece a transmissão de novos conceitos técnicos e científicos aos mestrandos.

O método interrogativo destina-se a estimular a participação activa e a criatividade dos alunos na aprendizagem das matérias.

O método activo favorece a compreensão e utilização prática dos conceitos.

A utilização conjunta dos métodos complementares acima referidos levará o aluno a desenvolver as competências que estão na base da criação desta unidade curricular.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The lecture method to be used in teaching the course favors the transmission of new concepts to technical and scientific masters.

The interrogative method is intended to stimulate active participation and creativity of students in learning the material.

The active method leads to understanding and practical use of concepts.

The combined use of complementary methods above will take the student to develop skills that underlie the creation of this unit.

3.3.9. Bibliografia principal:

Aidis, R. & Welter F. (2008). Innovation and entrepreneurship: Successful start-ups and businesses emerging economies. London: Edgar Elgar Publishing.

Carvalho, J. & Filipe, J. (2006). Manual de estratégia: Conceitos, prática e roteiro. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

Drucker, P. (2006). Innovation and Entrepreneurship. New York: HarperBusiness.

Grant, R. (2009). Contemporary strategic management. Malden: Blackwell Publishing.

McCraw, Thomas K. (2007). Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction. Cambridge, Mass.: The Belknap Press of Harvard University Press.

Rogers, E. M. & Everett R. (2003). Diffusion of innovations. London: Free Press.

Santos, A. (2008). Gestão Estratégica – Conceitos, modelos e instrumentos. Lisboa: Escolar Editora.

Ulrich, K. T. & Eppinger, S. D. (2004). Product Design & Development.. London: McGraw-Hill/Irwin.

Wheelen, T. & Hunger, J. (2008). Strategic Management and Business Policy. New York: Addison-Wesley Publishing Company Inc.

Anexo IV - Marketing de Produtos Turísticos

3.3.1. Unidade curricular:

Marketing de Produtos Turísticos

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Joaquim Gonçalves Antunes

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Perceber a evolução do conceito de marketing e identificar as vantagens da sua adopção nas organizações relacionadas com o turismo;*
- *Perceber o impacto das alterações do meio envolvente nas estratégias de marketing;*
- *Desenvolver competências no planeamento, organização, implementação e controlo do marketing no desenvolvimento de produtos turísticos;*
- *Descrerver, classificar e analisar as estratégias e acções que, a partir da análise de mercado e utilizando os instrumentos do marketing, as organizações turísticas podem levar a cabo a fim de alcançar os objectivos propostos;*
- *Adquirir uma reflexão crítica sobre as novas tendências de marketing.*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

- *Understand the evolution of the marketing concept and identify the advantages of its adoption in organizations related to tourism;*
- *Understand the impact of environment changes in the marketing strategies;*
- *Develop skills in planning, organization, implementation and control of marketing in tourism product development;*
- *Describe, classify and analyze the strategies and actions from the market analysis and using the tools of marketing, tourist organizations can undertake to achieve the proposed objectives;*
- *Acquire a critical reflection on new marketing trends.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

- *O papel do marketing na comercialização de produtos turísticos*
- *Análise do meio envolvente e do mercado turístico*
- *Sistemas de informação em marketing*
- *Concepção e desenvolvimento de produtos e serviços turísticos*
- *Segmentação do mercado, target e posicionamento do produto turístico*
- *A gestão do marketing de produtos turísticos*
- *O planeamento em marketing*
- *Novas tendências no marketing de produtos turísticos*

3.3.5. Syllabus:

- *The role of marketing in the marketing of tourism products*
- *Analysis of the environment and the tourist market*
- *Information systems in marketing*
- *Design and development of tourism products and services*
- *Market segmentation, product positioning and target definition*
- *Managing the marketing of tourism products*
- *The marketing planning*
- *New trends in marketing tourism products*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos programáticos vão de encontro, numa lógica sequencial, aos objectivos propostos: começa-se por explicitar a importância do marketing na comercialização de produtos turísticos, tendo em conta a análise do meio envolvente e do mercado, utilizando os diferentes tipos de informação ao dispor do marketing; seguidamente, pretende-se desenvolver competências ao nível da concepção e desenvolvimento de (novos) produtos turísticos; são desenvolvidas as competências ao nível da segmentação, do target e do posicionamento de modo a implementar a estratégia global de marketing. A análise das novas tendências de marketing permitirá ao mestrando um conhecimento útil para diferentes abordagens de marketing.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The syllabus meet in a logical sequence, the proposed objectives: one begins by explaining the importance of marketing in the marketing of tourism products, taking into account the analysis of the environment and the market, using different types of information available marketing, then, is intended to develop skills in the design and development of (new) tourism products; skills are developed in terms of targeting, and positioning in order to implement the overall marketing strategy. The analysis of new marketing trends enables the students to a useful knowledge for different marketing approaches.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia a seguir assentará na leccionação de aulas teórico-práticas, estudo de casos e na realização e apresentação de trabalhos de grupo pelos alunos. Nas aulas teórico-práticas será privilegiada a exposição oral, apoiada com projecção de esquemas e gráficos e outro material relacionado com os temas a abordar. Serão ainda utilizados equipamentos de áudio para explorar melhor determinados temas referidos no programa. Procurar-se-á fomentar a participação dos alunos nos diferentes assuntos relacionados com as matérias do programa, assentando numa forte interactividade quer entre o docente e os alunos, quer entre os próprios alunos. A avaliação será baseada em dois elementos: a realização de uma prova escrita com ponderação de 60% na nota final e a realização de trabalhos de grupo com ponderação de 40%.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The methodology will be based in practical classes, case studies and the completion and presentation of group work by students. In the theoretical and practical classes it will be explored the oral presentation supported with projection schemes and graphics and other material related to the topics to be addressed. There will also be used audio equipment to further explore specific topics listed in the program. Students participation will be encouraged in different subjects related to the contents of the program, with a strong interactivity between teacher and students and between students themselves.

The evaluation will be based on two elements: a written test with 60% weighting of the final grade and conducting group work with 40% weighting.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem assentam, por um lado, na transmissão de conhecimentos através do método expositivo, e por outro lado, com a aplicação prática dos conhecimentos através da realização dos trabalhos de grupo a desenvolver pelos alunos. Os trabalhos de grupo assentarão essencialmente na elaboração de um plano de marketing para um determinado produto turístico.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The consistency of teaching methods with learning goals is based on the transmission of knowledge through the lecture method, and on the other hand, the practical application of knowledge through the completion of the group work done by students. The work group will rely primarily on developing a marketing plan for a particular tourism product.

3.3.9. Bibliografia principal:

Christopher, M.; A. Payne; D. Ballantyne (2004), Relationship marketing: Creating stakeholder value, Ed. Elsevier.

Gummesson, E. (2002), Total Relationship Marketing Rethinking Marketing Management - From 4Ps to 30Rs, Butterworth-Heinemann.

Gronroos, C. (1996), Relationship Marketing: Strategic and Tactical Implications, Management Decision, Vol. 34, Iss. 3.

Kotler, P.; G. Armstrong; V. Wong; J. Saunders (2008), Principles of Marketing, Prentice Hall.

Kotler, P.; J. Bowen; J. Makens (2010), Marketing for Hospitality and Tourism, Pearson Prentice Hall.

Lambin, J. (2000), Marketing Estratégico, Lisboa: McGraw-Hill.

Lindon, D.; J. Lendrevie; J. Lévy;. P. Dionísio; J. Rodrigues (2004), Mercator XXI. Teoria e prática do marketing, Publicações Dom Quixote.

Lovelock, C.; S. Vandermerwe; B. Lewis (1996), Services Marketing, Prentice Hall.

Middleton, V. (2000), Marketing in Travel and Tourism, Butterworth Heinemann.

Anexo IV - Metodologias de Investigação e Análise de Dados

3.3.1. Unidade curricular:

Metodologias de Investigação e Análise de Dados

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Maria Madalena de Freitas Malva

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

Com esta unidade curricular, pretende-se fornecer conhecimentos sólidos em Estatística, tanto a nível dos seus fundamentos como a nível das suas aplicações com recurso a software estatístico apropriado.

São competências específicas desta unidade curricular:

- Ganhar uma compreensão intuitiva das técnicas estatísticas abordadas, de modo a permitir uma correcta aplicação das mesmas, bem como uma correcta interpretação dos seus resultados;*
- Compreender, com espírito crítico, resultados estatísticos publicitados em artigos científicos ou outros;*
- Saber articular as técnicas estatísticas de modo a obter soluções/modelos/resultados mais eficientes;*
- Desenvolver metodologias capazes de responderem a questões de investigação concretas;*
- Saber utilizar adequadamente software estatístico e interpretar os seus outputs.*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

This curricular unit aims to provide a solid knowledge in statistics, both its foundations and in terms of their applications using appropriate statistical software.

By the end of this curricular unit students are supposed to:

- Gain an intuitive understanding of the statistical techniques addressed being able to apply it properly, as well as doing a proper interpretation of results;*
- Understand, critically, the statistical results contained in papers or other documents;*
- Know how to articulate statistical techniques to obtain solutions / models / most efficient results;*

- Develop methodologies that can respond to specific research questions;
- Know how to properly use statistical software and interpret their outputs.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Desenho e Formulação de um Estudo de Mercado

Estatística Descritiva e Distribuições (representação tabular e gráfica, medidas de localização e dispersão, principais distribuições de probabilidade)

Estimação (amostragem, estimação pontual e intervalar)

Testes de Hipóteses Paramétricos (testes a médias, variâncias e proporções, ANOVA)

Testes de Hipóteses Não Paramétricos (testes para comparação de distribuições, tabelas de contingência: teste do Qui-quadrado e de Fisher)

Análise de variância

Regressão linear

Aplicações em SPSS

3.3.5. Syllabus:

Design and Formulation of a Market Research

Descriptive Statistics and Distributions (tabular and graphical representation, measures of location and dispersion, main probability distributions)

Estimation (sampling, point estimation and interval)

Parametric Hypothesis Testing (testing means, variances and proportions, ANOVA)

Nonparametric Hypothesis Tests (tests for comparing distributions, contingency tables, chi-square and Fisher)

Analysis of variance

Linear regression

SPSS applications

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos programáticos incluem os fundamentos da Estatística necessários à persecução da compreensão intuitiva das técnicas estatísticas. Incluem também as técnicas estatísticas mais habituais na investigação clínica, bem como aplicações das mesmas com software apropriado.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The course contents include the basics of statistics needed for the pursuit of intuitive understanding of statistical techniques. It also includes statistical techniques common in clinical research, and their applications with appropriate software.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os temas serão apresentados com recurso a exemplos, conduzindo o aluno à compreensão dos conceitos e técnicas estatísticas abordadas através de aplicações práticas, como por exemplo a procura de uma resposta para um problema concreto na área do turismo. Depois de obtida essa compreensão, o que pressupõe a apresentação dos fundamentos, outros problemas serão apresentados e resolvidos na aula, com recurso a software estatístico apropriado. Durante as aulas o aluno é incentivado a participar respondendo às questões colocadas pelo docente e/ou colocando ele próprio questões relativas às matérias leccionadas. A avaliação compreende um trabalho prático e uma prova escrita.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The themes will be presented using examples, leading the student to understand the concepts and statistical techniques addressed through practical applications, such as searching for an answer to a particular problem in the area of tourism. After obtaining this understanding, which requires the presentation of the fundamentals, other problems will be presented and solved in class, using appropriate statistical software. During classes students are encouraged to participate by answering the questions posed by the teacher and / or putting himself questions concerning the subjects taught. Assessment is based on an assignment and a written test.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A apresentação dos temas com recurso a exemplos promove não só uma melhor compreensão intuitiva das técnicas estatísticas, mas também a captação da utilidade das técnicas estatísticas em contextos práticos na área do turismo. A utilização de software apropriado facilita a aplicação das técnicas estatísticas, favorecendo assim a sua utilização em problemas concretos de investigação.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

To present the course contents, the use of examples will be a privileged methodology. It not only promotes a better intuitive understanding of statistical techniques, but also captures the usefulness of statistical techniques in practical contexts in tourism. The use of appropriate software facilitates the application of statistical techniques, thus allowing their use in specific research problems.

3.3.9. Bibliografia principal:

- [1] Maroco, J. (2007). *Análise Estatística com utilização do SPSS, Edições Sílabo*
- [2] Murteira, Bento (1990). *Probabilidades e Estatística, Vol. I e II, McGraw-Hill.*
- [3] Murteira, Bento (1993). *Análise exploratória de dados: estatística descritiva. McGraw-Hill.*
- [4] Pereira, A. (2003). *Guia Prático de utilização do SPSS, Edições Sílabo*
- [5] Pestana, M. H. e Gageiro, João N. (2005). *Análise de Dados para as Ciências Sociais – A complementaridade do SPSS, Edições Sílabo*
- [6] Guimarães, R. C. e Cabral, J. A. S.(2007). *Estatística (Edição Revista), McGraw-Hill.*

Anexo IV - Análise de Viabilidade e Financiamento de Projectos Turísticos

3.3.1. Unidade curricular:

Análise de Viabilidade e Financiamento de Projectos Turísticos

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

António Pedro Martins Soares Pinto

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objectivo da disciplina é desenvolver os instrumentos de avaliação das decisões financeiras necessárias para assegurar a sobrevivência e o desenvolvimento das empresas. No seu desenvolvimento o curso pretende tratar dos diversos tipos de investimento e dos critérios de avaliação e selecção de investimentos. Serão abordadas as alternativas incompletas de investimento e os efeitos da inflação na avaliação dos projectos, analisada a selecção de projectos mutuamente exclusivos e casos particulares como seja o de determinar o momento óptimo de substituição do equipamento usado e de aquisição de novos equipamentos. Avaliar o risco do projecto de investimento e o seu impacto na determinação da remuneração exigida pelos investidores. Será dada também relevância à problemática da avaliação empresarial e contextualizados os diferentes métodos de avaliação.

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

The purpose of this discipline is to develop tools for evaluating financial decisions necessary to ensure the survival and development of enterprises. In its development the course aims to address the various types of investments and the evaluation criteria and selection of investments. Will discuss the alternative investment incomplete and the effects of inflation in project evaluation, analyzed the selection of mutually exclusive projects and case studies such as to determine the optimum time to replace equipment used and new equipment. Assess the risk of the investment project and its impact in determining compensation required by investors. Will also be given prominence to issues of business valuation and contextualized the different methods of assessment.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

I. Introdução

Tipologia e fases de um projecto em turismo

Critérios de avaliação e selecção de investimento em turismo

II Alternativas incompletas e efeitos da inflação no sector turístico

Horizonte temporal mínimo e cash-flow médio anual equivalente

Substituição de equipamento

Avaliação a preços constantes versus preços correntes

III. Risco, Rendibilidade e decisão de investimento em Turismo

Risco, rendibilidade e custo de oportunidade do capital

Análise de sensibilidade e risco

Opções incorporadas na decisão de investimento

IV. Financiamento do projecto e análise global de investimento em Turismo

Fontes de financiamento

Investimento, financiamento e planeamento financeiro

3.3.5. Syllabus:

I. introduction

Types and phases of a project on tourism

Evaluation criteria and selection of investment in tourism

Alternatives II and incomplete effects of inflation in the tourism sector

Horizon minimum and average annual cash-flow equivalent

Replacement equipment

Valuation at constant prices versus current prices

III. Risk, Return and investment decision in Tourism
Risk, return and opportunity cost of capital
Sensitivity analysis and risk
Embedded options in the investment decision

IV. Project financing and comprehensive analysis of investment in tourism
Sources of funding
Investment, financing and financial planning

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Serão apresentados os conceitos básicos e os modelos relevantes, enunciados os princípios subjacentes às metodologias clássicas de avaliação e projectos, bem como as suas limitações. Através de pequenos exemplos ilustrativos dos conceitos teóricos, os alunos serão incentivados a participar de forma activa, consolidando o conhecimento e desenvolvendo o sentido crítico, tornando-os capazes de lidar com situações de maior capacidade.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

It will be presented the basic concepts and relevant models, sets out the principles underlying the classical methodologies of assessment and projects as well as its limitations. Through small examples of theoretical concepts, students will be encouraged to participate actively, consolidating knowledge and developing a critical sense, enabling them to deal with situations of greater capacity.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O método pedagógico da disciplina privilegia o estudo de casos práticos, com aderência à realidade empresarial, estimulando o trabalho de grupo. Pretende-se desenvolver no aluno competências ao nível das técnicas de avaliação de investimentos e de selecção de fontes de financiamento em turismo.

Será seguido o método de avaliação contínua, baseado na aferição do trabalho realizado pelos alunos ao longo do curso, tanto sob a forma de trabalhos práticos ou memorandos teóricos, como sob a forma de participação nas aulas. Será, contudo, realizada uma prova final individual de avaliação de conhecimentos.

Cálculo da Classificação Final

A classificação final resultará da ponderação dos factores seguintes:

Prova final 60%

Trabalhos de grupo 35%

Assiduidade e participação nas aulas 5%

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The pedagogical method of the discipline favors the study of practical cases, with adherence to the business world, encouraging group work. Aim is to develop student skills in the techniques of investment evaluation and selection of funding sources for tourism.

It will be followed the method of continuous assessment, based on the measurement of work done by students throughout the course, both in the form of practical or theoretical memos, as in the form of participation in class. Note, however, held a final evaluation of individual knowledge.

Final Classification

The final result of the weighting factors:

Final exam 60%

Group work 35%

Attendance and class participation 5%

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Ao longo do curso, procura-se o desenvolvimento de espírito crítico sobre os problemas e as soluções de Avaliação de Investimentos, para o que se fará um apelo constante ao apuramento da formação teórica de cada aluno.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

Over the course we seek to develop critical thinking about problems and solutions for the Evaluation of Investment, for what will become a constant reminder of the establishment of theoretical training each student.

3.3.9. Bibliografia principal:

BRANDÃO, E. (2003), "Finanças", 3ª edição, Distribuidor: Texto Editora

BREALEY, A., MYERS, S., (2003) "Princípios de Finanças Empresariais", McGraw Hill, 5ª Edição

BREALEY, R. E MYERS (2003), "Principles of Corporate Finance", 7th ed., McGraw-Hill

DAMORAN, A. (1997); "Corporate Finance – Theory and Practice", John Wiley & Sons

MARTINS, A.; CRUZ, I.; AUGUSTO, M.; SILVA, P.; GONÇALVES, P. (2009); "Manual de Gestão Financeira Empresarial", Coimbra Editora

MENEZES, H.C., (1999) "Princípios de Gestão Financeira", Editorial Presença

MITHÁ, O. (2009), "Análise de Projectos de Investimento" Escolar Editora

ROSS, S. A., WESTERFIELD, R. W. & JAFFEE, J. F. (2004) Corporate Finance, 7th Ed., Irwin/McGraw-Hill Book Co., Singapore.

ROSS, S., WESTERFIELD R., JORDAN B. (2008), "Administração Financeira", The McGraw-Hill Company, Inc. – 8ª Edição

SOARES, I. MOREIRA, J.; PINHO, C.; COUTO, J. (2008); "Decisões de Investimento – Análise Financeira de Projectos" 2ª Edição, Silabo

Anexo IV - Gestão de Pessoas, Liderança e Gestão de Equipas

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão de Pessoas, Liderança e Gestão de Equipas

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Maria João dos Santos Amante Rodrigues Sebastião

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

- *Perceber o indivíduo na organização enquanto sujeito individual e nas suas relações com os outros;*
- *Identificar e diagnosticar factores interferentes nas relações interpessoais*
- *Compreender os processos de liderança*
- *Saber gerir conflitos;*
- *Desenvolver capacidades de tomada de decisão;*
- *Desenvolver o sentido de pertença a um grupo;*
- *Desenvolver capacidades de trabalho em equipa;*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

*Managing People in the organization perceive the individual as an individual and in their relations with others;
Identify and diagnose interfering factors in interpersonal relationships
Understand the processes of leadership
How to manage conflicts
Develop decision making skills
Develop the sense of belonging to a group
Develop teamwork skills;*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Aspetos Psicossociais de Desenvolvimento Pessoal e de Relações Interpessoais

1.1. Percepção social e de pessoas

1.1.1. O processo de construção da percepção do mundo

1.1.2. Fatores que influenciam a percepção das pessoas

1.2. Relações interpessoais

1.2.1. A comunicação

1.2.2. As primeiras impressões

1.2.3. A categorização

1.2.4. Representações sociais e estereótipos

1.2.5. A influência Social

2. A liderança

2.1. Os Processos de Liderança

2.2. A Tomada de decisão

2.3. A Resolução de Conflitos

3. Gestão de equipas

3.1. Trabalhar em equipa

3.1.1. Equipas e grupos

3.1.2. O sucesso da equipa

3.1.3. As dinâmicas de grupo

3.3.5. Syllabus:

1. Psychosocial Aspects of Personal Development and Interpersonal Relationships

1.1. Social perception and people

1.1.1. The process of building the perception of the world

1.1.2. Factors that influence the perception of people

1.2. Interpersonal Relations

2.1. communication

1.2.2. first impressions

1.2.3. categorization

1.2.4. Social representations and stereotypes

1.2.5. The influence of Social Committee

2. The leadership

2.1. Processes Leadership

- 2.2. *The decision Taking*
- 2.3. *The resolution of Conflitos*
- 3. *team Management*
- 3.1. *team Working*
- 3.1.1. *Teams and groups*
- 3.1.2. *The success of team*
- 3.1.3. *The group dynamics*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos desenvolvem em cada ponto os objectivos explicitados para a unidade curricular: no ponto 1 pretende-se desenvolver competências ao nível do relacionamento interpessoal; no ponto 2 apresentam-se conteúdos relativos ao processo de liderança e no ponto 3, conteúdos referentes ao trabalho em equipa.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The contents develop at each point the explicit objectives for the course: in section 1 is intended to develop skills in interpersonal relationships; in Section 2 presents the content relating to the process of leadership and point 3, contents relating to teamwork.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Paralelamente, recorrer-se-á a momentos de análise e reflexão de situações práticas (registos escritos e audiovisuais), bem como a exercícios práticos para consolidação das competências a desenvolver. A avaliação consistirá num trabalho individual e em trabalhos de grupo de consolidação das competências a desenvolver, a realizar nas sessões.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

In parallel, recourse will be moments of reflection and analysis of practical situations (written and audiovisual records) as well as practical exercises to consolidate the skills to be developed. The evaluation will consist of an individual work and group work to consolidate the skills to develop, conduct the sessions.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os objectivos variam entre competências declarativas que serão desenvolvidas através da exposição teórica e competências práticas que serão treinadas nos exercícios de grupo a tratar nas sessões, especificamente nos objectivos que se referem ao trabalho em equipa.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The objectives range from declarative skills will be developed through exposure to theoretical and practical skills will be trained in group exercise sessions to address specifically the objectives that relate to teamwork.

3.3.9. Bibliografia principal:

- Baron, R. (2001). Psicologia Social. Madrid: Prentice Hall.*
- Burke, P. (2006). Contemporary Social Psychological theories. Califórnia: Satandford Social Sciences.*
- Fachada, O. (2003). Psicologia das Relações Interpessoais. Lisboa: Edições Rumo.*
- Morales, J. F. et all (1994). Psicologia Social, Madrid : MacGraw Hill.*
- Neves, J. G.; Garrido, M. e Simões, E. (2008). Manual de Competências Pessoais, Interpessoais e Instrumentais. Lisboa: Edições Sílabo.*
- Turner, J. H. (Ed.) (2004). Advances in group processes: Theory and research on humans emotions (vol.21). Oxford: Elsevier.*
- Vala, J. & Monteiro, M. (2002). Psicologia Social. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.*

Anexo IV - Gestão e Ordenamento de Áreas Turísticas

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão e Ordenamento de Áreas Turísticas

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Carlos dos Santos Costa

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

“A afirmação de Portugal como destino turístico de excelência passa pela qualidade urbanística, ambiental e cultural e por uma eficaz articulação intersectorial no processo de ordenamento do território” (portal do “Turismo de Portugal”, 2011). Fica, assim, entendido que para uma melhor qualidade da área turística a montante encontra-se uma melhor

qualidade da envolvente urbanística. Por esta razão entende-se que o agente criador das “áreas turísticas”, na persecução de uma participação activa, só o poderá fazer se de antemão conhecer os processos e os instrumentos associados ao “plano”, “programação”, “execução” e “monitorização” de ordenamento do território e do urbanismo.

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

Management and Planning Area Tourist Portugal as a tourist destination of excellence is the quality town planning, environment and culture and an effective intersectoral coordination in the process of planning "(portal" Turismo de Portugal, "2011). It is thus understood that for a better quality of the tourist area upstream is a better quality of urban environment. For this reason it is understood that the agent creator of the "tourist areas" in the pursuit of an active participation, you can only do if you know in advance the processes and tools associated with the "plan", "schedule", "execution" and "monitoring" of planning and urbanism.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Na exploração do conceito de “gestão e ordenamento de áreas turísticas” associam-se determinados variáveis que necessitam ser equacionados e compreendidos, casos de: “sistemas de informação geográfica aplicados ao turismo”; “análise da macro envolvente do turismo”; “os diferentes instrumentos de planeamento e ordenamento do território”; “a hierarquia dos planos”; “o ambiente e sustentabilidade”; “gestão das perspectivas de turistas e residentes”; “planeamento estratégico e desenvolvimento de novos destinos”; “modelos e processos de planeamento em turismo”; “gestão estratégica de destinos turísticos”.

3.3.5. Syllabus:

In exploring the concept of "planning and management of tourist areas" are associated with certain variables that need to be addressed and understood, cases of "geographic information systems applied to tourism", "analysis of the macro environment of tourism", "different planning instruments and land management, "" the hierarchy of plans, "" the environment and sustainability, "" management perspectives of tourists and residents, "" strategic planning and development of new destinations, "" models and planning processes in tourism, "" strategic management of tourist destinations".

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Na exploração daquelas variáveis assiste-se a um denominador comum, sendo fundamental para a criação e o bom desempenho das “áreas turísticas”, precisamente o “Planeamento e Gestão do Ordenamento do Território do Urbanismo”, seja numa base restrita, urbana, seja numa concepção mais alargada, ou rural. É por isso que torna importante conhecer os processos e os meios (técnicos e jurídicos) que sustentam as decisões relacionadas com os usos, ocupação e transformação do espaços, naturais e edificados. A partir daqui ficam identificadas as fases onde o agente activo e criador das áreas turísticas pode e deve intervir mas já tendo por base uma opinião esclarecida.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes.

In the exploration of those variables we are seeing a common denominator, is central to the creation and performance of the "tourist areas", precisely the "Planning and Management of Urban Planning", is on a restricted basis, urban design is a wider, or rural. That is why it is important to understand the processes and resources (technical and legal) that support the decisions related to the use, occupation and transformation of space, natural and built. From here the phases are identified where the active agent and creator of the tourist areas can and should intervene but now based on an informed opinion.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Para as aulas teórico-práticas resolução de exercícios, com utilização de meios informáticos (plataforma de e-learning da ESTGV; do Google Docs; utilização de uma base de dados jurídica). Numas e noutras o incentivo a uma colaboração permanente entre professor e aluno. Para apoio suplementar aos alunos o serviço de horário tutorial. A avaliação é feita via um teste escrito com uma pontuação máxima de 13 valores, e um trabalho prático com um máximo de 7 valores.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

For theoretical and practical problem solving, using electronic means (e-learning platform of ESTGV, Google Docs, use of a legal database). In one and the other encouraging a constant collaboration between teacher and student. To further support students with the time service tutorial. The evaluation is done via a written test with a maximum score of 13 points, and a practical work with a maximum of seven values.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Por ser fundamental ao agente activo e criador das áreas turísticas inteirar-se dos processos e dos instrumentos associados aos usos, ocupações e transformações dos espaços e território, entende-se que para além de uma componente de avaliação de natureza teórica, associada a conceitos e conteúdos, é importante que o aluno adquira uma consciência prática, por via da exploração dos instrumentos de ordenamento e gestão urbanística, de como determinadas decisões em sede de acompanhamento dos planos, afectam em maior ou menor dimensão as áreas turísticas e suas criações.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes.

Because it is fundamental to the active agent and creator of the tourist areas learn about the processes and tools associated with the use, occupation and transformation of space and territory, it is understood that in addition to an evaluation component of a theoretical nature, and concepts associated with content, it is important that the student acquires a practical consciousness, through the exploitation of instruments for planning and urban management, of how certain decisions based on monitoring plans, affecting to a greater or smaller tourist areas and their creations.

3.3.9. Bibliografia principal:

*Ferreira, L.J.N. (2009). Leis do Turismo – Novos Diplomas Comentados e Anotados. Editora: Quid Júris.
Figueira, V.; Dias, R. (2011). A Responsabilidade Social no Turismo. Editora: Escolar.
Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território (retirado de www.dgotdu.pt:pnpot:storage:pdf:PNPOT_PROGRAMA_DE_ACÇÃO.pdf, 2011).
Plano Estratégico Nacional do Turismo - Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Ministério da Economia e Inovação. Lisboa, 2007.*

Anexo IV - Marketing de Destinos

3.3.1. Unidade curricular:

Marketing de Destinos

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Joaquim Gonçalves Antunes

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

- Perceber a evolução do conceito de marketing e identificar as vantagens da sua adopção no desenvolvimento dos destinos;*
- Perceber o impacto das alterações do meio envolvente e do mercado nas estratégias de marketing de um destino;*
- Discutir as características especiais do marketing de destinos, identificando os factores que influenciam a procura e o comportamento dos diferentes públicos de um destino;*
- Desenvolver competências no planeamento, organização, implementação e controlo do marketing no desenvolvimento de destinos.*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

- Understand the evolution of the marketing concept and identify the advantages of its adoption in the development of destinations;*
- Understand the impact of changes in environment and market strategies for marketing a destination;*
- Discuss the special characteristics of marketing destinations, identifying the factors that influence the demand and the behavior of a target different audiences*
- Develop skills in planning, organizing, implementing and monitoring the development of marketing destinations.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

*Conceito e natureza dos destinos
O papel do marketing na comercialização de destinos
O mercado e suas condicionantes: a oferta, a procura e a competitividade
Sistemas de informação de marketing dos destinos
Construção da marca destino
A marca destino e a sua relação com os públicos
A imagem e o ciclo de vida dos destinos
Estratégias de posicionamento de um destino
A gestão do marketing de destinos
Planificação estratégica de marketing de destinos*

3.3.5. Syllabus:

*Concept and nature of destinations
The role of marketing in the marketing of the destination
The market and its determinants: supply, demand and competitiveness
Information systems of tourism destinations
Destination branding and its relationship with the public
Destination image and the life cycle
Positioning strategies for destinations destino
Destination marketing management
Strategic planning of marketing destinations*

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos programáticos vão de encontro aos objectivos propostos: começa-se por explicitar o conceito e natureza dos destinos e a importância do marketing na comercialização de destinos, tendo em conta a análise do meio envolvente e do mercado, utilizando os diferentes tipos de informação ao dispor do marketing; seguidamente, pretende-se desenvolver competências ao nível da concepção e desenvolvimento de (novos) destinos; são desenvolvidas as competências ao nível da elaboração e planificação da estratégia global de marketing de um destino.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The program content will meet the proposed objectives: one begins by explaining the concept and nature of the destinations and the importance of marketing in the marketing of destinations, taking into account the analysis of the environment and the market, using different types of information available to marketing, then, is intended to develop skills in the design and development of (new) destinations, are developed skills in the design and planning the overall marketing strategy for a destination.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia a seguir assentará na leccionação de aulas teórico-práticas, estudo de casos e na realização e apresentação de trabalhos de grupo pelos alunos. Nas aulas teórico-práticas será privilegiada a exposição oral, apoiada com projecção de esquemas e gráficos e outro material relacionado com os temas a abordar. Serão ainda utilizados equipamentos de áudio para explorar melhor determinados temas referidos no programa. Procurar-se-á fomentar a participação dos alunos nos diferentes assuntos relacionados com as matérias do programa, assentando numa forte interactividade quer entre o docente e os alunos, quer entre os próprios alunos. A avaliação será baseada em dois elementos: a realização de uma prova escrita com ponderação de 60% na nota final e a realização de trabalhos de grupo com ponderação de 40%.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The following methodology will be based in the teaching of practical classes, case studies and the completion and presentation of group work by students. In the theoretical and practical is the preferred oral presentation supported with projection schemes and graphics and other material related to the topics to be addressed. There will also be used audio equipment to further explore specific topics listed in the program. Search will encourage the participation of students in different subjects related to the subjects of the program, building on a strong or interactivity between teacher and students and between students themselves. The evaluation will be based on two elements: the establishment of a written test with 60% weighting of the final grade and conducting group work with 40% weighting.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem assentam, por um lado, na transmissão de conhecimentos através do método expositivo, e por outro lado, com a aplicação prática dos conhecimentos através da realização dos trabalhos de grupo a desenvolver pelos alunos. Os trabalhos de grupo assentarão essencialmente na elaboração de um plano de marketing para um determinado destino.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The consistency of teaching methods with learning goals based on the one hand, the transmission of knowledge through the lecture method, and on the other hand, the practical application of knowledge through the completion of the group work done by students. The work group will rely primarily on developing a marketing plan for a given destination.

3.3.9. Bibliografia principal:

Bonham, C & Mak, J. (1996) Private versus public financing of state destination promotion. Journal of Travel Research, 2, pp. 3-10.
Buhalis, D. (2000) Marketing the competitive destination of the future, Tourism Management, Vol 21.
Butler, R. (1980) The concept of a tourist area cycle of evolution, Canadian Geographer, Vol. 24, Pergamon press Ltd, Oxford.
Cooper, C.; J. Fletcher; D. Gilbert; R. Shepherd; S. Wanhill (1999) Tourism. Principles and Practice, Second Edition, Ed. Longman.
Hart, C., Casserly, G. & Lawless, M. (1984) The Product Life Cycle: How Useful?, The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol. 25 Nº. 3.
Kotler P., D. Haider e I. Rein (1993) Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations, Free Press N.Y.
Kotler, P.; J. Bowen; J. Makens (2010) Marketing for Hospitality and Tourism, Pearson Prentice Hall.
Middleton, V. (2000), Marketing in Travel and Tourism, Butterworth Heinemann.

Anexo IV - Projecto/Dissertação/Estágio

3.3.1. Unidade curricular:

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os mestrandos, nesta unidade deverão ser capazes de:

- Avaliar e descrever um determinado contexto e problema de estudo no sector do turismo;*
- Coordenar, estruturar e avaliar acções de intervenção no turismo e respectiva componente empresarial;*
- Definir técnicas de intervenção e trabalho susceptíveis de maximizar a competitividade das empresas, organizações e destinos turísticos;*
- Reconhecer e valorizar a importância do consumidor turista, adequando a oferta aos anseios e exigências da procura para aumentar os seus níveis de satisfação;*
- Saber analisar e dinamizar os mercados turísticos numa óptica de inovação e competitividade.*
- Elaborar e avaliar projectos concretos e integrados numa estratégia territorial ou empresarial.*

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

Master students, by the end of this curricular unit should be able to:

- Evaluate and describe a particular context and case study in the tourism sector;*
- Coordinate, design and evaluate intervention activities in tourism and its associated business;*
- Define intervention techniques that may work to maximize the competitiveness of enterprises, organizations and destinations;*
- Recognize and value the importance of tourism consumers, adapting the offer to the desires and requirements of demand to increase their levels of satisfaction;*
- Know how to analyze and streamline the tourist markets with a view to innovation and competitiveness.*
- Develop and evaluate specific projects integrated into a territorial strategy or business.*

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Esta unidade curricular é a síntese de conhecimentos e competências adquiridas nas restantes unidades curriculares, o que poderá ser obtido por três formas de trabalhos: Dissertação, Projecto ou Estágio.

Os mestrandos terão de identificar um problema que deverá ser apreciado nas diversas vertentes disciplinares, formalizado numa proposta de Dissertação, Projecto ou de Estágio. Uma vez aceite esta proposta, o aluno prosseguirá no 3.º e 4º semestre do 2º ano os seus trabalhos, que deverão culminar com a discussão pública da proposta de solução ou soluções para o problema estudado.

3.3.5. Syllabus:

This curricular unit is a synthesis of knowledge and skills acquired in other courses, which may be obtained by three forms of work: Thesis, Project or Internship.

Master students must identify a problem that should be considered in the various disciplinary strands, formalizing a proposal of the thesis, project or internship. Once this proposal is accepted, the student will continue in the 3rd and 4th semester of 2nd year. Their work will culminate with public discussion of the proposed solution or solutions to the problem studied.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

A redacção da Dissertação, Projecto ou Estágio será a síntese de todo o percurso curricular do mestrando em Gestão Turística. O aluno deverá verter todos os ensinamentos adquiridos no seu percurso escolar na resolução e/ou descrição de um determinado problema/contexto/situação de estudo.

Tendo em conta os objectivos acima definidos, o Plano de Estudos foi organizado em consideração a alguns dos mais relevantes domínios da Gestão Turística e das preocupações estratégicas da Região.

O objectivo deste curso de mestrado refere-se à necessidade de ministrar uma formação especializada que possa beneficiar do conhecimento de vários domínios técnicos e científicos: o turismo, a gestão, a estatística, o marketing, entre outros.

A Região ficará dotada de recursos humanos cada vez mais capacitados na área da gestão turística, fundamental hoje em dia para qualquer gestor ou responsável de qualquer organização ou destino turístico tomar decisões mais bem fundamentadas. O mestrando ficará também desperto para o turismo como negócio global, através de análises de casos, reais de internacionalizações.

A concepção do plano de estudos bem como as metodologias de aplicação já previstas orientam a concretização destes objectivos na perspectiva da formação profissionalizante do mestrado. Com efeito, o plano de estudos pode

culminar na realização de um estágio, apenas acessível a mestrandos que não se encontrem inseridos na vida activa, ou de um Projecto, em contexto empresarial ou de outras organizações (associações empresariais, autarquias, etc.).

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The writing process of the dissertation, or project stage will be the synthesis of the entire course curriculum of the Master in Tourism Management. Students are aimed to apply all the knowledge acquired in their schooling in the resolution and / or description of a particular problem / context / study situation.

Taking into account the objectives set out above, the syllabus was organized taking into consideration some of the most relevant fields of Travel Management and the strategic concerns of the region.

The aim of this Master course refers to the need for more specialized training that can benefit from the specialized knowledge of various scientific and technical fields: tourism, management, statistics, marketing, among others.

The Region will be endowed with more human resources trained in the area of tourism management, what is considered essential for any manager or officer of any organization or tourist destination to take better decisions. The graduate student will also be awoken to tourism as a global business, through case studies depicting real internationalizations.

The design of the curriculum and the methods of application work as guidelines for guiding the achievement of these objectives in view of the professional training of the master students. Indeed, the curriculum can lead to an internship, only accessible to master students who have not entered into active life yet, or a project in a business context or other organizations (business associations, municipalities, etc.).

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Durante o início do 3º semestre serão utilizadas sessões em sala de aula para apresentar a metodologia a seguir para a elaboração da dissertação, projecto ou estágio.

A Dissertação terá de obedecer a uma estrutura fixa onde os mestrandos formularão um problema de investigação a que irão responder através da análise apurada do contexto, revisão da literatura e metodologia de análise de forma a obter resultados e conclusões.

O Projecto terá de obedecer a uma combinação da argumentação teoricamente fundamentada, baseada em dados empíricos, com a análise crítica do tema em estudo.

Para o Estágio, durante o início do 2º semestre, haverá já uma preparação através do contacto com a empresa de acolhimento para a definição do técnico da empresa que orientará o estágio conjuntamente com o docente.

Serão marcadas reuniões periódicas para o orientador poder coordenar, apoiar e avaliar a evolução do mestrando.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

During the beginning of the third semester sessions to present the methodology for project planning or internship will be used in classroom.

The dissertation must conform to a fixed structure where the masters will formulate a research problem that will be responded with detailed analysis of the context, relevant literature review, methodology in order to get results and conclusions.

The project must comply with a combination of theoretically grounded arguments based on empirical data, with critical analysis of the present study.

During the beginning of the second semester, they are already preparing the internship through contact with the host company to define the company's technical guide to the internship together with the teacher. Regular meetings will be scheduled for the supervisor to coordinate, support and evaluate the progress of the graduate student.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino das diferentes unidades curriculares assentaram na observância de um conjunto de objectivos e paradigmas de formação que emergem do Processo de Bolonha, nomeadamente a passagem de um sistema de ensino baseado na transmissão de conhecimentos para um sistema baseado no desenvolvimento de competências. Por outro lado, as metodologias de ensino assentaram também no pressuposto da aquisição de competências numa dimensão profissionalizante do curso.

Neste sentido, uma análise às metodologias a utilizar no conjunto das unidades curriculares, verifica-se que não há uma metodologia única, antes haverá uma diversidade que procura dar resposta à diferença de natureza entre as unidades curriculares. Das metodologias a utilizar sobressaem as seguintes:

a) Trabalho de grupo – em muitas das unidades curriculares irá estar presente o trabalho de grupo o que permitirá a troca de experiências e de ideias entre mestrandos que terão experiências profissionais diferentes, passadas em empresas com culturas diversas, a operar em mercados distintos e com problemas e soluções muito próprios.

b) Estudo de casos – é uma técnica de aprendizagem que tem a particularidade de transmitir a noção de que os problemas nas empresas, por vezes complexos, não têm, necessariamente, soluções únicas, óptimas. A discussão que sempre se gera com esta técnica pode ser geradora de motivação para mais estudos e mais pesquisa acerca do problema em análise.

c) A aprendizagem pela experimentação – vai ser possível, em algumas unidades curriculares, simular determinadas situações do mercado. Para além de proporcionar o trabalho em equipa, é possível avaliar os impactos das decisões e reflectir mais profundamente sobre as situações concretas que vão ocorrendo e que podem ser ocasionais, imprevisíveis, mas para as quais é necessário encontrar as respostas adequadas.

d) Comunicação de resultados – os mestrandos vão ser chamados a desenvolver as suas competências de comunicação oral e escrita e que devem ser traduzidas nos relatórios que deverão construir e apresentar perante os

seus colegas e docentes. Além disso, esta capacidade de comunicação inclui ainda o desenvolvimento das capacidades de argumentação em defesa dos seus pontos de vista.

e) Processo de avaliação – em diferentes unidades curriculares os mestrandos farão trabalhos de natureza diversa e que servirão como momentos de avaliação. Este processo irá constituir-se como processo de feedback que os alunos utilizarão para melhorar o nível de conhecimentos.

Com estas metodologias variadas, espera-se que nesta fase os alunos sejam capazes de desenvolver a dissertação, projecto ou estágio com sucesso de forma a cumprir os objectivos definidos para esta recta final de concretização do mestrado em Gestão Turística.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The teaching methods of the different curricular units were based on observance of a set of objectives and training paradigms that emerge from the Bologna Process, notably the passage of an education system based on transmission of knowledge to a system based on skills development. On the other hand, the teaching methods were based on the assumption that students also acquire skills in a vocational dimension of the course. In this sense, an analysis of the methodologies used in the set of modules leads to the conclusion that diversified methodologies will be used throughout the four quarters of the master course. The different methodologies used will be the following:

a) *Group work - in many of the courses group work will be present. It allows the exchange of experiences and ideas between masters who will have different professional experiences, passed in companies with different cultures, operating in different markets and with problems and solutions of its own.*

b) *Case studies – this is a learning technique that has the particularity to convey the notion that problems in companies, sometimes complex, do not necessarily have unique solutions. The discussion generated with this technique is able to create motivation for further study and more research on the problem analysis.*

c) *Learning through experimentation - it will be possible, in some courses, simulate certain market situations. In addition to providing teamwork, it is possible to assess the impacts of decisions and reflect more deeply on the specific situations that occur and can be occasional, unpredictable, but for which students need to find appropriate responses.*

d) *Communication of results - Master students will be asked to develop their skills in oral and written communication and this must be translated into report writing followed by a presentation to their classmates and teachers. Furthermore, this communication capability includes the development of skills such as argumentation in accounting for their views.*

e) *Evaluation process - in different curricular units Master students will be asked to perform different tasks that will be regarded as as evaluation periods. This process will establish itself as a process of feedback that students use to improve the level of knowledge.*

With these various methodologies, it is expected that at this stage students are able to develop a thesis, project or internship in order to successfully meet the objectives set for this final stretch of completing the master degree in Tourism Management.

3.3.9. Bibliografia principal:

Allison, Brian (1997) The Student's Guide to Preparing Dissertations and Theses. London:Kogan page.

Baggio, R.; Klobas, J. (2011). Quantitative methods in tourism: a handbook. Bristol: Channel View Publications
Eco, Umberto (1998) Como se faz uma tese em ciências humanas. Lisboa: Editorial Presença.

Ghauri, P.; Grønhaug, K; & Kristianslund, I. (1995) Research Methods in Business Studies – a practical Guide. Hemel Hempstead (UK): Prentice Hall.

Jankowicz, A.D. (1991) Business Research Projects for Students. London: Chapman & Hall.

Remenyi, D.; Williams, B.; Money, A.; Swartz, E. (1998) Doing research in Business and Management, London: Sage.

Veal. A.J. (1997). Research methods for leisure and tourism: a practical guide. London: Financial Times. Pitman Publishing.

Anexo IV - e-Commerce em Negócios Turísticos

3.3.1. Unidade curricular:

e-Commerce em Negócios Turísticos

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

Steven Lopes Abrantes

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

A disciplina de e-Commerce em Negócios Turísticos tem como objectivo principal dotar os alunos de competências no desenvolvimento de websites, em todas as dimensões que esta área do saber comporta: análise do problema, desenho da solução, estruturação do site, implementação do site e das suas páginas, concepção gráfica criativa, teste, produção e modelos de negócio.

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

The course of e-Commerce in Tourism Business main goal is to provide students with skills in website development, in all dimensions of knowledge that this area includes: problem analysis, solution design, site structure, and implementation of site its pages, creative graphic design, testing, production and business models.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

1. HTML – Hypertext Markup Language

1.1. Introdução

1.2. Estrutura do documento HTML

1.3. Estrutura do tag

1.4. Principais tags básicas

1.5. Inserção de imagens e links

1.6. Definição de tabelas

1.7. Utilização de tabelas como suporte do layout

1.8. Formulários

2. CSS – Cascading Style Sheets

2.1. Introdução, apresentação, objectivos, vantagens e desvantagens

2.2. Níveis CSS

2.3. Estrutura do CSS

2.4. Sintaxe das regras CSS

2.5. Principais atributos CSS

2.6. Classes, ID, e redefinição de tags HTML

2.7. Posicionamento e definição de layouts

2.8. Contextualização de regras CSS e herança

2.9. Utilização de classes múltiplas para flexibilização da interface com o utilizador

3.3.5. Syllabus:

1. HTML – Hypertext Markup Language

1.1. introduction

1.2. Structure of HTML document

1.3. Structure of the tag

1.4. Major basic tags

1.5. Inserting images and links

1.6. Definition of Tables

1.7. Use of tables as layout support

1.8. forms

2. CSS - Cascading Style Sheets

2.1. Introduction, presentation, objectives, advantages and disadvantages

2.2. CSS levels

2.3. Structure of CSS

2.4. Syntax of CSS rules

2.5. Key attributes CSS

2.6. Classes, ID, and redefinition of HTML tags

2.7. Positioning and setting layouts

2.8. Contextualization of CSS and inheritance

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

Os conteúdos programáticos vão de encontro aos objectivos propostos: começa-se pela apresentação da linguagem HTML e a sua estrutura, tendo em conta as suas principais componentes; seguidamente, pretende-se desenvolver as competências ao nível do CSS.

Depois de terem frequentado a disciplina de e-Commerce em Negócios Turísticos, os alunos deverão ser capazes de conceber sites Internet utilizando as mais recentes tecnologias e seguindo as melhores práticas de análise, concepção, desenho, implementação, teste e manutenção de websites.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The program content will meet the proposed objectives: it begins by the presentation of HTML and its structure, taking into account its main components, then, aims to develop skills in CSS.

After having attended the course in e-Commerce Business Tour, students should be able to design websites using the

latest technologies and following the best practices of analysis, planning, design, implementation, testing and maintaining websites.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Nas aulas teóricas, o docente expõe os conceitos e os contextos de aplicabilidade da matéria, ao mesmo tempo que demonstra a aplicação dos conceitos no computador.

Em ambiente laboratorial, os alunos realizam trabalhos práticos no computador utilizando ferramentas standard no mercado.

O projecto é objecto de particular importância no modelo de ensino/aprendizagem escolhido: oferece um contexto real de aplicação e exploração dos conhecimentos e competências adquiridos ao longo do semestre.

A nota final baseia-se nos seguintes momentos de avaliação:

- Frequência/Exame: 40% na nota final (nota mínima: 7 valores);*
- Projecto (site): 60% na nota final (nota mínima: 7 valores).*

É escolhida a melhor nota entre a frequência e o exame, podendo os alunos realizar ambas as provas escritas. O projecto é realizado em grupo.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

In the lectures, the teacher explains the concepts and the contexts of applicability of the course content, while it demonstrates the application of the concepts on the computer.

In the laboratory, students perform practical work on the computer using standard tools on the market.

The project is the subject of particular importance in the model of teaching / learning choice: it offers a real context of application and exploitation of knowledge and skills acquired throughout the semester.

The final grade is based on the following evaluation periods:

- Frequency / Exam: 40% of the final grade (minimum score: 7 points);*
- Project (site): 60% of the final grade (minimum grade: 7 values).*

It will be chosen the best score between the frequency and exam, students can conduct both the written tests. The project is carried out in groups.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino aprendizagem baseiam-se nos modelos de exposição, de observação-experimentação e de projecto.

Nas aulas teóricas, o docente expõe os conceitos e os contextos de aplicabilidade da matéria, ao mesmo tempo que demonstra a aplicação dos conceitos no computador com a ajuda de um projector. Os alunos são encorajados a participar, ajudando na construção dos exemplos de demonstração e na solicitação de exemplos de interesse particular.

Em ambiente laboratorial, os alunos realizam trabalhos práticos no computador utilizando ferramentas standard no mercado. Estas aulas colocam os alunos em contacto com os problemas reais inerentes à matéria leccionada e fortalece a compreensão e elaboração do soluções criativas.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The teaching-learning methodologies based on exposure models, observation, experimentation and design.

In the classroom, the teacher explains the concepts and the contexts of applicability of the course content, while it demonstrates the concepts' application on the computer with the help of a projector. Students are encouraged to participate, helping to build the examples and demonstration request for examples of particular interest.

In the laboratory, students perform practical work on the computer using standard tools on the market. These classes put students in touch with the real problems inherent in the subjects taught and strengthens the understanding and development of creative solutions.

3.3.9. Bibliografia principal:

XHTML: <http://www.w3.org/Markup/>

CSS: <http://www.w3.org/Style/CSS/>

Jakob Nielsen (1999) Designing Web Usability: The Practice of Simplicity. New Riders Publishing.

Jakob Nielsen, Marie Tahir (2000) Homepage Usability. Indianapolis : New Riders, cop. 2002.

Louis Rosenfeld, Peter Morville (1998) Information Architecture for the World Wide Web. O'Reilly & Associates.

Vicent Franders, Michael Willis (1998) Web Pages That Suck: Learn Good Design by Looking at Bad Design. Sybex.

James D. Murray, William vanRyper, Deborah Russel (Editor) Encyclopedia of Graphics File Formats with CDROM. O'Reilly & Associates.

David C. Kay, John R. Levine (1994) Graphics File Formats. Windcrest.

Luke Welling, Laura Thomson (2001) PHP and MySQL Web Development. SAMS.

Jesus Castagnetto, Harish Rawat, Sascha Schumann, Chris Scollo, Deepak Veliath (1999) Professional PHP Programming. Wrox Press Inc.

Peterson, Bryan L | Using Design Basics to get creative results | North Light Books, Cincinnati | 1996

Anexo IV - Gestão de Operações e Qualidade em Serviços Turísticos

3.3.1. Unidade curricular:

Gestão de Operações e Qualidade em Serviços Turísticos

3.3.2. Docente responsável (preencher o nome completo):

António Mário da Silva Rodrigues

3.3.3. Outros docentes que leccionam a unidade curricular:

<sem resposta>

3.3.4. Objectivos de aprendizagem da unidade curricular:

Organizar e gerir os sistemas produtivos, definindo estratégias de produção sincronizadas com as políticas globais da organização

Conhecer e compreender conceitos e técnicas de gestão física de materiais e de produtos, numa identificação das condições externas e internas do serviço logístico

Compreender e aplicar os conceitos associados à filosofia Supply Chain Management.

Transmitir conhecimentos de gestão da cadeia de logística, de procurement, de ciclo de encomenda, com particular ênfase para os transportes e a armazenagem.

Aplicar os conceitos associados à filosofia operacional Just-in-time

Transmitir os conceitos básicos e técnicos do Sistema de Gestão da Qualidade, no reconhecimento da sua importância para as empresas.

Conhecer e aplicar as diferentes técnicas e ferramentas de Controlo da Qualidade.

3.3.4. Intended learning outcomes of the curricular unit:

Organize and manage the productive systems, defining strategies for synchronized production with the organization's overall policies

Know and understand the concepts and techniques of physical management of materials and products, identifying the external and internal conditions of the logistics service

Understand and apply the concepts associated with supply chain management philosophy.

Transmit knowledge about the chain logistics' management, procurement, order cycle, with particular emphasis on transport and storage.

Apply the concepts associated with the operating philosophy Just-in-time

Convey the basic concepts and technical aspects of the Quality Management System, in recognition of its importance to companies.

Knowing and applying the different techniques and tools for Quality Control.

3.3.5. Conteúdos programáticos:

Introdução à Gestão de Operações Turísticas: mercado, produto e tecnologia, prioridades competitivas: custo, qualidade, flexibilidade e inovação, variáveis Instrumentais, Gestão de stocks e Planeamento PERT/GANTT

Service Facilities: factores que influenciam a decisão de localização de instalações, métodos de localização, descrição física e organização de armazéns, tipos de layout, soluções de armazenagem e equipamentos de movimentação

Sistemas de distribuição e Logística: redes de distribuição, transportes, contratação da distribuição, optimização de percursos de distribuição, planeamento das necessidades de distribuição (DRP).

Supply Chain Management: elementos chave da cadeia de fornecimento, gestão cadeia de fornecimento, avaliação e desenvolvimento de fornecedores e cadeias de fornecimento lean

Gestão da Qualidade: modelos de qualidade, SGQ e qualidade total

Principais Processos, Técnicas e Ferramentas utilizadas no Controlo da Qualidade nas organizações e serviços turísticos.

3.3.5. Syllabus:

Introduction to Tourism Operations Management : market, product and technology, competitive priorities: cost, quality, flexibility and innovation, instrumental variables, stock management and Planning PERT / GANTT

Service Facilities: factors that influence the decision to locate facilities, methods, location, physical description and organization of warehouses, types of layout solutions for storage and handling equipment

Logistics and distribution systems, distribution networks, transportation, contracting, distribution, optimization of distribution routes, distribution requirements planning (DRP).

Supply Chain Management: key elements of the supply chain, supply chain management, evaluation and development of suppliers and lean supply chains

Quality Management: quality models, total quality management system and quality

Key Processes, Techniques and Tools used in Quality Control in organizations and tourist services.

3.3.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

O tópico “Introdução à Gestão de Operações Turísticas” permitirá aos alunos organizar e gerir os sistemas produtivos, possibilitando-lhe a definição das estratégias adequadas, ao mesmo tempo que lhes serão disponibilizadas ferramentas de planeamento e programação.

Nos tópicos “Service Facilities”, “Sistemas de distribuição e Logística” e “Supply Chain Management (SCM)”, serão leccionados aos alunos conteúdos que lhes permitam conhecer e compreender conceitos e técnicas de gestão física

de materiais e de produtos, associados à filosofia SCM e Just in Time (JIT).

A parte final do programa versará a temática da Gestão da Qualidade, com especial enfoque nos serviços turísticos. Aqui serão abordados os diferentes Modelos de Qualidade, o Sistema de Gestão da Qualidade e a problemática da Qualidade Total. Na componente prática deste capítulo serão estudadas as diferentes técnicas e ferramentas utilizadas no Controlo da Qualidade. Esta abordagem diversificada permitirá transmitir aos alunos os conceitos básicos e os aspectos técnicos do Sistema de Gestão da Qualidade, reconhecendo a importância que estes vêm exercendo em relação às organizações, no geral, e às empresas de serviços turísticos, em particular.

3.3.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The topic "Introduction to Operations Management Tourist" will allow students to organize and manage the systems, allowing you to define the right strategies at the same time they will be made available for planning and programming tools.

The topics "Service Facilities", "Distribution Systems and Logistics" and "Supply Chain Management (SCM)," content will be taught to students in order to enable them to know and understand concepts and techniques of physical management of materials and products associated with the philosophy SCM and Just in Time (JIT).

The final part of the program will address the topic of quality management, with particular focus on tourism services. Here we will focus on different models of Quality Management System, Quality Assurance and Total Quality problematic. In the practical component of this chapter will be studied the different techniques and tools used in Quality Control. This diversified approach will give students the basic concepts and technical aspects of the Quality Management System, recognizing the importance that they have played in relation to organizations in general and the tourism service businesses in particular.

3.3.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Nas aulas TP são expostos os conceitos e apresentadas as metodologias a utilizar no desenvolvimento de cada ponto programático. Recorrer-se-á frequentemente a exemplos ilustrativos concretos, em particular do meio empresarial nacional ou, se possível, regional. O desenvolvimento de alguns dos temas favorece ainda a aplicação mista da exposição e do método interrogativo como forma de "construir" em conjunto as conclusões.

A participação dos alunos é ainda assegurada através de apresentações individuais de temas livres relacionados com tópicos relacionados com os conteúdos programáticos, os quais pressupõem alguma pesquisa e a sua experiência profissional. Este tipo de intervenção constitui uma das componentes do sistema de avaliação.

Nas aulas teórico-práticas, para além de pontuais introduções teóricas aos temas feitas pelo docente, os grupos de trabalho desenvolvem as suas actividades tendo em vista o planeamento e a organização dos trabalhos práticos a apresentarem.

3.3.7. Teaching methodologies (including evaluation):

In TP classes concepts will be exposed and developed and methodologies used in developing programmatic each point will also be presented and discussed. Practical examples will be provided, in particular specific examples from the national scene or, if possible, at regional level. The development of some of the issues still favors the application of mixed exposure and interrogative method as a way to collaboratively "build" the findings.

Students' participation is further ensured through individual presentations of assignments on syllabus related topics, which require some research and professional experience. This type of intervention is a component of the evaluation system.

In practical classes, in addition to specific theoretical introductions to the themes made by the teacher, working groups will play an active role in the planning and organization of practical work.

3.3.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular.

As metodologias de ensino a implementar nesta Unidade Curricular, permitirão aos alunos a possibilidade de atingirem, de uma forma simples e clara, os objectivos de aprendizagem referidos no ponto 3.3.4.

O facto de nas aulas serem expostos conceitos, recorrendo-se frequentemente a exemplos ilustrativos concretos, em particular do meio empresarial nacional ou regional, permitirá aos alunos perceberem e consolidarem conhecimentos através do estudo de pequenos casos reais

A participação activa dos alunos, quer através da apresentação de tópicos que pressuponham alguma pesquisa e experiência profissional (se aplicável), quer através de reflexões em grupo, permitir-lhes-á o desenvolvimento do espírito crítico para que apresentem soluções e estratégias para a resolução de determinados problemas de planeamento e organização, em empresas de produtos e serviços turísticos.

3.3.8. Demonstration of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes.

The teaching methodologies implemented in this course will allow students the opportunity to achieve, in a simple and clear learning objectives listed in section 3.3.4.

The fact that classes are exposing concepts, often resorting to concrete examples, in particular national or regional business environment, will allow students to realize and consolidate knowledge through the study of small real cases.

The active participation of students, either through the presentation of topics that involve some research and professional experience (if applicable), either through group discussions, allow them to develop the critical spirit to present solutions and strategies for solving certain problems of planning and organization, in companies of tourism products and services.

3.3.9. Bibliografia principal:

Banks, J. (1989); Principles of Quality Control, John Wiley & Sons, New York
Carvalho, J.M. Crespo (2002), Logística, Lisboa: Edições Sílabo
Chase, R.B., Jacobs F. R., Aquilano N. J. (2006), Administração da Produção e Operações, McGraw-Hill, São Paulo
Courtois, A. e Pillet, M. e Martin, C. (2006), Gestão da Produção, Lisboa: Lidel
Duret D. e Pillet M. (2009); Qualidade na Produção - da ISO 9000 aos 6 Sigma, Lisboa: Lidel
Moura, Benjamim (2006); Logística – Conceitos e Tendências, Editora Centro Atlântico
Pereira, Z.L. e Requeijo, J.G. (2008); Qualidade: Planeamento e Controlo Estatístico de Processos, FCT, Lisboa
Pires, A. R. (2004); Qualidade – Sistemas Gestão da Qualidade, Lisboa: Edições Sílabo
Rebelo, M. F., Santos, R. C. (1990); A Qualidade, Técnicas e Ferramentas, Porto: Porto Editora
Roldão, V. S.; Ribeiro, J.S. (2007), Gestão das Operações – Uma Abordagem Integrada, Porto: Edições Monitor
Stevenson, W. J. (2007), Production/Operations Management, McGraw-Hill, Boston

4. Descrição e fundamentação dos recursos docentes

4.1 Descrição e fundamentação dos recursos docentes

4.1.1. Fichas curriculares dos docentes

Anexo V - António Mário da Silva Rodrigues

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

António Mário da Silva Rodrigues

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

Instituto Politécnico de Viseu

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

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

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 de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - António Pedro Martins Soares Pinto

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

António Pedro Martins Soares Pinto

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 de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Carla Maria Alves da Silva

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

Carla Maria Alves da Silva

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

Instituto Politécnico de Viseu

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

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

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 de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira

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

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira

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

Instituto Politécnico de Viseu

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

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu

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 de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Cristina Maria de Jesus Barroco Novais

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

Cristina Maria de Jesus Barroco Novais

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 de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Joaquim Gonçalves Antunes

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

Joaquim Gonçalves Antunes

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 de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - José Luís Mendes Loureiro Abrantes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
José Luís Mendes Loureiro Abrantes

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 de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Maria Madalena de Freitas Malva

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria Madalena de Freitas Malva

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 de docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Maria João dos Santos Amante Rodrigues Sebastião

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria João dos Santos Amante Rodrigues Sebastião

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.):

Escola Superior de Educação de Viseu

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 de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Samuel Ferreira Barros

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

Samuel Ferreira Barros

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:

Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente

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

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Steven Lopes Abrantes

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

Steven Lopes Abrantes

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 de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo V - Carlos dos Santos Costa

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

Carlos dos Santos Costa

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:

Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente

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

100

4.1.1.6. Ficha curricular de docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos

4.1.2. Equipa docente do ciclo de estudos / Study cycle's academic staff

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
António Mário da Silva Rodrigues	Mestre	Ciências Empresariais	100	Ficha submetida
António Pedro Martins Soares Pinto	Mestre	Gestão de Empresas	100	Ficha submetida
Carla Maria Alves da Silva	Doutor	Turismo	100	Ficha submetida
Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira	Doutor	Turismo	100	Ficha submetida
Cristina Maria de Jesus Barroco Novais	Mestre	Gestão de Empresas	100	Ficha submetida
Joaquim Gonçalves Antunes	Doutor	Gestão de Empresas, especialidade de Marketing	100	Ficha submetida
José Luís Mendes Loureiro Abrantes	Doutor	Ciências Económicas e Empresariais	100	Ficha submetida
Maria Madalena de Freitas Malva	Doutor	Estatística e Investigação Operacional	100	Ficha submetida
Maria João dos Santos Amante Rodrigues Sebastião	Doutor	Psicologia	100	Ficha submetida
Samuel Ferreira Barros	Mestre	Gestão de empresas	100	Ficha submetida
Steven Lopes Abrantes	Doutor	Sistemas e Tecnologias da Informação	100	Ficha submetida
Carlos dos Santos Costa	Mestre	Engenharia Civil	100	Ficha submetida
			1200	

<sem resposta>

4.2. Dados percentuais da equipa docente do ciclo de estudos

4.2.1.a Número de docentes em tempo integral na instituição

12

4.2.1.b Percentagem dos docentes em tempo integral na instituição (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

100

4.2.2.a Número de docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos

12

4.2.2.b Percentagem dos docentes em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

100

4.2.3.a Número de docentes em tempo integral com grau de doutor

7

4.2.3.b Percentagem dos docentes em tempo integral com grau de doutor (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

58,3

4.2.4.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano

4

4.2.4.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (campo de preenchimento automático calculado após a submissão do formulário)

33,3

4.2.5.a Número (ETI) de docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha)

5

4.2.5.b Percentagem dos docentes do ciclo de estudos não doutorados com grau de mestre (pré-Bolonha) (campo automático calculado após a submissão do formulário)

41,7

4.3. Procedimento de avaliação do desempenho

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

A avaliação do corpo docente é efetuada nos termos do Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente do IPV, o qual comporta três componentes: pedagógica, científica e organizacional. São ainda realizados regularmente inquéritos aos alunos de cada unidade curricular.

4.3. Academic staff performance evaluation procedures and measures for its permanent updating.

The teachers' evaluation is made in the terms of Regulation of Evaluation and Performance of Teachers of IPV, which comprises three components: educational, scientific and organizational. Are still performed regularly surveys to students in each course every year.

5. Descrição e fundamentação de outros recursos humanos e materiais

5.1. Pessoal não docente adstrito ao ciclo de estudos.

Ao nível de pessoal não docente de apoio logístico ao Mestrado, o Departamento de Gestão possui duas colaboradoras, licenciadas em Gestão de Empresas pela ESTGV e mestres, uma em Gestão de Empresas pela Universidade do Algarve e outra pelo ISCTE, que prestarão todo o apoio à realização do curso. Existe ainda um conjunto de pessoal auxiliar e administrativo ao nível da Escola que assegurará todos os serviços necessários e essenciais a um bom funcionamento do curso. Estes colaboradores possuem já uma elevada experiência acumulada na organização e apoio a mestrados, já que tem funcionado um Mestrado em Gestão de Empresas no Departamento de Gestão, em parceria com o ISCTE, desde 1994 e, desde 2008, prestam também todo o apoio aos mestrados em Finanças Empresariais e Marketing Research existentes no Departamento de Gestão da ESTGV.

5.1. Non academic staff allocated to the study cycle.

Regarding non-teaching staff for logistical support to the Masters, the Department of Management has two collaborators, bachelor in Management from the ESTGV with a Master degree, one in Management from the University of Algarve and another by ISCTE, who will provide full support to the course. There is also a set of administrative and support staff at the school to ensure all essential and necessary services to the proper functioning of the course. These employees have already gained a wide experience in organizing and supporting Masters, once they worked in the Master of Business Administration at the Management Department, in partnership with ISCTE since 1994 and since 2008. They also provide full support to Master in Corporate Finance in ESTGV.

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

Na ESTGV existem 24 salas de aula, 3 anfiteatros, auditório, biblioteca, serviços de reprografia, cantina, centro de audiovisuais e serviços de apoio pedagógico. Os espaços lectivos afectos ao Departamento de Gestão incluem: 9 salas de aula, 2 anfiteatros e 3 laboratórios de informática. Estes espaços dispõem de retroprojector e videoprojector. No Departamento de Gestão existem ainda 11 gabinetes de docentes, 1 sala de reuniões e 1 gabinete de apoio técnico/administrativo. Existe uma rede informática estruturada que abrange todas as instalações, uma rede sem fios e um conjunto de servidores computacionais, e os seguintes softwares: SPSS, Clementine, Macromedia Dreamweaver Stratsim Management, e as bases de dados SAB e B-on.

Outros recursos: computadores, impressoras, máquina fotográfica e de filmar digital, televisor, Scanner e Plotter.

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

In ESTGV there are 24 classrooms, 3 amphitheatres, auditorium, library, copy center, cafeteria, audiovisual lab and educational support. Academic spaces allocated to the Management Department include: 9 classrooms, 2 amphitheatres and 3 computer labs. These spaces have overhead projector and video projector. In the Management Department there are 11 offices, 1 meeting room and 1 office of technical and administrative support. There is a structured computer network that covers all facilities, a wireless network and a set of computer servers, and the following software: SPSS, Clementine, Macromedia Dreamweaver Stratsim Management, and the database SAB and b-

on. Other resources: computers, printers, camera and digital camcorder, TV, scanner and plotter.

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

O ciclo de estudos poderá utilizar todos os recursos que estão à disposição do departamento de Gestão de acordo com as suas necessidades. Poderá ainda partilhar os recursos afectos a toda a Escola, auditórios, anfiteatros, etc., desde que se sigam os processos de qualidade vigentes para solicitar a sua afectação temporária.

A biblioteca da ESTGV tem no seu catálogo grande parte das monografias de referência na área do Turismo e nas outras áreas deste Mestrado.

Para além disso, existem as seguintes bases de dados adicionais: RCAAP, Biblioteca Nacional de Portugal, Biblioteca Digital Mundial, The European Library.

Serão utilizadas as bases de dados bibliográficas existentes na instituição nomeadamente a B-on e a Proquest onde estão disponíveis revistas científicas tais como Annals of Tourism Research; Journal of Travel Research; Journal of Hospitality & Tourism Research; International Journal of Hospitality Management; Tourism Analysis; Tourism Economic; Tourism Management..

5.3. Indication of the main equipments and materials allocated and/or used by the study cycle (didactic and scientific equipments and materials and ICTs).

The study cycle can benefit from all the resources that are available to the Management Department in accordance with their needs. The Department can also share the resources allocated to the entire school, auditoriums, amphitheatres, etc., since the quality procedures related with temporary lending are followed.

The ESTGV library has in its catalog many references in the tourism and other areas of this Masters.

In addition, the following additional databases are available: RCAAP, National Library of Portugal, World Digital Library, The European Library.

Will be used bibliographic databases available in the institution including B-on and Proquest where there are available journals such as Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Journal of Hospitality & Tourism Research, International Journal of Hospitality Management, Tourism Analysis, Tourism Economic, Tourism Management.

6. Actividades de formação e investigação

6.1. Indicação do(s) Centro(s) de Investigação devidamente reconhecido(s), na área científica predominante do ciclo de estudos e respectiva classificação.

Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde (CI&DETS) do Instituto Politécnico de Viseu (ver: <http://www.ipv.pt/ci/>).

Este Centro foi avaliado com Bom pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia do Ministério da Ciência e Tecnologia do Ensino Superior (ver: <http://www.ipv.pt/1pagina/cidets.htm>).

6.1. Research Centre(s) duly recognised in the main scientific area of the new study cycle and its mark.

Center for Studies in Education, Health and Technology (CI & DETS) Polytechnic Institute of Viseu (see: <http://www.ipv.pt/ci/>).

This Center was rated as Good by the Foundation for Science and Technology of the Ministry of Science and Technology Higher Education (see: <http://www.ipv.pt/1pagina/cidets.htm>).

6.2. Indicação do número de publicações científicas da unidade orgânica, na área predominante do ciclo de estudos, em revistas internacionais com revisão por pares nos últimos três anos.

10

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

• Factors Predictors of Educational Achievement in Secondary Education (2008) - FCT Project ID: FSE/CED/83466/2008, Total Budget: 52.580€.

• Consumer Behavior Erasmus Network (2009) – Education, Audiovisual and Culture Executive Agency. ID: 156089-LLP-1-2009-1-ES-ERASMUS-ENWA, Total Budget: 836.687€.

6.3. Indication of the main projects and/or national and international partnerships where the scientific, technological, cultural and artistic activities developed in the area of the study cycle are integrated.

• Factors Predictors of Educational Achievement in Secondary Education (2008) - FCT Project ID: FSE/CED/83466/2008, Total Budget: 52.580€.

• Consumer Behavior Erasmus Network (2009) – Education, Audiovisual and Culture Executive Agency. ID: 156089-LLP-1-2009-1-ES-ERASMUS-ENWA, Total Budget: 836.687€.

7. Actividades de desenvolvimento tecnológico, 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 objectivos da instituição.

O IPV é uma entidade qualificada para a prestação de serviços de I&DT: "Qualificação de Entidades para a Prestação de Serviços de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico e para a Consultoria e Serviços de Apoio à Inovação a PME", no âmbito do AAC nº 09/SI/2011 nas seguintes áreas de qualificação:

Internacionalização

Economia Digital

Comercialização e Marketing

Desenvolvimento e Engenharia de Produtos, Serviços e Processos.

Qualidade

I&DT Tecnologias da Informação e Telecomunicação

I&DT Gestão Industrial

A ESTGV, através do Departamento de Gestão, encontra-se qualificada como Entidade credenciada no âmbito do Quadro de Referência Estratégico Nacional (QREN) para prestação de serviços para o Vale Inovação – área de Comercialização e Marketing. No âmbito deste programa, o Departamento de Gestão tem desenvolvido serviços de consultoria e de apoio à inovação para candidaturas aprovadas no âmbito do Vale de Inovação – QREN para Pequenas e Médias Empresas da região.

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

IPV is an entity qualified to provide services R&D: "Qualification of Entity for the Provision of Services for Research and Technological Development and Consulting Services and Supporting Innovation in SMEs" under the CAA No. 09 / SI/2011 qualification in the following areas:

internationalization

Digital Economy

Sales and Marketing

Development and Engineering Products, Services and Processes

Quality

Organization, Management and Information Technology and Communication

R & D Information Technology & Telecom

Industrial R & D Management

ESTGV, through the Management Department, is qualified as the entity accredited under the National Strategic Reference Framework (NSRF) to provide services to the Innovation Valley - the area of Sales and Marketing. Under this program, the Management Department has developed consulting services and innovation support for applications approved under the Innovation Valley - NSRF Small and Medium Enterprises in the region.

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

8.1. Avaliação da previsível empregabilidade dos graduados por este ciclo de estudos com base nos dados do MTSS.

A criação deste Mestrado preenche uma lacuna na Região na formação especializada de Pós-graduação. A nível nacional existem alguns cursos nesta temática específica, contudo na região Centro, nomeadamente no interior existe um défice de oferta formativa, ao nível do ensino pós-graduado em Gestão Turística.

Os dados publicados pelo GPEARI do MCTES de 12/2008 demonstram que o número de pessoas com habilitação superior inscritas nos centros de emprego representava 9,1% dos desempregados. Verificou-se que o ensino superior, no conjunto dos diferentes níveis, foi o único a registar uma diminuição dos inscritos nos Centros de Emprego. Os dados do MTSS de Dezembro de 2008 e referentes ao período entre 1997/1998 e 2006/2007, indicam uma relação entre desempregados e diplomados, a nível nacional, nas Ciências Sociais de 4,1%.

8.1. Evaluation of the graduates' foreseen employability based on MTSS data.

The creation of this Master fills a gap in the region as far as specialized graduate training is concerned. Nationally there are some courses in this particular subject, but in the Center of Portugal, namely the countryside there is a lack of training supply, at the postgraduate level in Tourism Management.

Data published by the GPEARI MCTES 12/2008 show that the number of people with higher qualifications listed in job centers represented 9.1% of the unemployed. It was found that higher education in all the different levels was the only one to register a decrease in enrolled in the Job Centres. Data from MTSS related to December 2008 and for the period between 1997/1998 and 2006/2007 indicate a relationship between the unemployed and graduates at the national level in the social sciences of 4.1%.

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

A procura de formação na área de turismo, ao nível de licenciatura, tem registado, na ESTGV, níveis muito positivos desde o início do seu funcionamento, no ano lectivo 2000/01, sendo que o número de vagas tem sido totalmente

preenchido.

A procura de cursos na área da Gestão tem sido muito boa, como temos vindo a constatar nos cursos existentes no Departamento de Gestão (Gestão de Empresas, Contabilidade e Administração e Turismo). Os diplomados destes cursos serão potenciais interessados para o mestrado em Gestão Turística, que se propõe.

Existem também diplomados dos cursos da licenciatura em Gestão Turística, Cultural e Patrimonial e da Licenciatura em Informação turística ambos da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego como potenciais interessados neste mestrado.

8.2. Evaluation of the capacity to attract students based on access data (DGES).

The demand for training in tourism at the undergraduate level, has registered in ESTGV very positive levels since academic year 2000/01. Attesting that we can mention the number of vacancies, which have always been totally filled. The demand for courses in management has been very good, as we have seen in existing courses in the Management Department (Management, Accounting and Management and Tourism). Graduates of these courses will be potential candidates for the MA in Tourism Management, which is proposed.

There are also graduates Tourism Management, Culture and Heritage and Tourist Information Degree both from the School of Technology Management of Lamego as potential students for this Masters.

8.3. Lista de eventuais parcerias com outras instituições da região que leccionam ciclos de estudos similares.

<sem resposta>

8.3. List of eventual partnerships with other institutions in the region teaching similar study cycles.

<no answer>

9. Fundamentação do número total de ECTS do novo ciclo de estudos

9.1. Justificação do número total de unidades de crédito 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.

A proposta do Curso de Mestrado em Gestão Turística compreende 120 créditos e uma duração de 4 Semestres curriculares de trabalho dos alunos, nos termos do disposto no art. 18º, nº 1, do Decreto-lei nº 107/2008.

A decisão da presente proposta assentar nos 120 ECTS e nos 4 semestres de trabalho prende-se com o facto de se pretender ministrar um mestrado profissionalizante, em que os dois primeiros semestres integram um curso de especialização, constituído por um conjunto organizado de unidades curriculares, e no terceiro e quarto semestres procura-se que o formando aplique, através de uma Dissertação, Projecto ou em Estágio, ambos em ambiente empresarial, os conhecimentos anteriormente adquiridos.

Esta proposta de 120 ECTS não se afasta das de outros mestrados oferecidos em Instituições de Ensino Superior Estrangeiras ou mesmo do nosso país.

9.1. Justification of the total number of credit units and of the duration of the study cycle, 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.

The purpose of the Master Course in Tourism Management comprises 120 credits and a duration of 4 semesters of students' work, in accordance with art. 18, paragraph 1, of Legislative Decree No. 107/2008.

The decision of this proposal based on the 120 ECTS and 4 semesters of work relates to the fact that we want to deliver a professional master degree. Thus, the first two semesters comprise a specialization course, consisting of an organized set of courses, and in the third and fourth semesters students are meant to apply knowledge previously acquired through a thesis, project or internship, both in business environment,

The proposed 120 ECTS do not deviate from those of other masters offered in foreign institutions of higher education or even in our country.

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

A atribuição de créditos (ECTS) às unidades curriculares foi estabelecida com base na determinação do trabalho que os estudantes devem desenvolver em cada unidade curricular. A realização de inquéritos aos estudantes e docentes foi a metodologia utilizada tendo em vista esse fim.

9.2. Methodology used for the calculation of ECTS credits

The allocation of credits (ECTS) to courses was based on the determination of the work that students should develop in each course. Surveys carried out to students and teachers was the methodology used in order to do so.

Data analysis led to the calculation of average intervals of the total number of hours of work each course.

9.3. Indicação da forma como os docentes foram consultados sobre o método de cálculo das unidades de crédito.

Os alunos e os docentes foram chamados a pronunciar-se, através de um inquérito para a determinação do Volume de Trabalho por Unidade Curricular (UC). Procurou-se saber a estimativa das horas de estudo para acompanhamento de cada UC, as horas de estudo dedicadas em período de avaliação, as horas para realização, discussão e apresentação de trabalhos e as horas dedicadas à orientação tutorial. O questionário procurou saber a média do número de horas

para cada item acima referido para os diferentes tipos de UC.

O inquérito foi realizado a docentes de Gestão, Turismo, Marketing e Matemática e a alunos do Mestrado em Finanças Empresariais e Mestrado de Marketing Research da ESTGV.

Após análise dos inquéritos, não se verificaram diferenças significativas no tempo de trabalho a desenvolver em cada unidade curricular, daí a atribuição igual do número de ECTS.

9.3. Indication of the way the academic staff was consulted about the method for calculating the credit units.

Students and teachers were asked to decide, through a survey aimed at determining the volume of work for Unit (UC). We wanted to know the estimated hours of study to follow the course, hours of study devoted to in the evaluation period, the time for completion, discussion and presentation of work and hours devoted to tutorials. The questionnaire sought to determine the average number of hours for each item above for different types of units.

The survey was administered to teachers from Management, Tourism, Marketing and Mathematics from the School of Technology and Management and students of the Master in Finance and Master of Marketing Research of our school. After analyzing the survey, there were no significant differences in working time to develop in each course, hence the assignment of the same number of ECTS.

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 a duração e estrutura semelhantes à proposta.

Este Mestrado em Gestão Turística, ao nível da estrutura, currículo e duração, baseou-se em Mestrados de Universidades de referência na Europa:

- *Tourism Management na IE Business School de Madrid nas áreas de Marketing, Gestão Estratégica, Liderança e Finanças;*
- *Tourism Destination Management na NHTV Breda University of Applied Sciences na Holanda, nas áreas de Estratégia, Finanças, Marketing e Turismo Internacional;*
- *Tourism Management na Bournemouth University, UK, nas áreas de Comportamento do Consumidor, Gestão das Operações, E-Commerce, Marketing, Estratégia e Finanças;*
- *Tourism Management University of Surrey, UK, nas áreas de Estratégia em Turismo, Gestão e Marketing dos Destinos.*

10.1. Examples of study cycles offered in reference institutions of the European Area of Higher Education with similar duration and structure to the proposed study cycle.

This Master in Tourism Management at the level of the structure, curriculum and duration was based on reference Masters Universities in Europe:

- *Tourism Management at IE Business School Madrid in Marketing, Strategic Management, Leadership and Finance*
- *Tourism Destination Management in NHTV Breda University of Applied Sciences in the Netherlands in the areas of Strategy, Finance, Marketing and International Tourism;*
- *Tourism Management at Bournemouth University, UK in the areas of Consumer Behaviour, Management Operations, E-Commerce, Marketing, Strategy and Finance, Tourism Management*
- *University of Surrey, UK, in Strategy in Tourism Management and Marketing of Destinations.*

10.2. Comparação com objectivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior.

Os objectivos do Mestrado em Gestão Turística estão na mesma linha das pretensões dos Mestrados na área da Gestão do Turismo em Instituições de referência no espaço Europeu, nomeadamente:

- *No Mestrado em Tourism Destination Management na NHTV Breda University of Applied Sciences na Holanda (à qual foi concedido o UN World Tourism Organization's Ted Qual), que tem como objectivo formar profissionais em turismo que consigam agir de acordo com o contexto de mudança do mundo e da indústria turística, bem como contribuir para a qualificação de quadros nas áreas do desenvolvimento de Organizações, destinos e produtos turísticos;*
- *No Mestrado em Tourism Management na IE Business School de Madrid (avaliada como uma das melhores escolas de gestão e negócios do mundo – entre as 5 da Europa e entre as 10 do mundo), que pretende criar um compromisso com o desenvolvimento sustentável, formando quadros capazes de compreender a interdependência do sector do turismo internacional numa análise multidisciplinar do turismo;*
- *Nos Mestrados em Tourism Management na Bournemouth University (avaliada como a número 1 em Turismo em 2008 e 2009 segundo a Guardian University League Tables) e em Surrey (considerada como a melhor escola de turismo do Reino Unido pelos The Guardian University Guide 2011, The Times Good University Guide 2011 and The Complete University Guide 2011), ambas no Reino Unido, no que se refere ao desenvolvimento de competências específicas de gestão, análise e investigação aplicadas ao turismo;*
- *À semelhança do Mestrado em Gestão de Destinos e Organizações Turísticas, todos os Mestrados referidos nestas Instituições de referência na Europa, têm ainda como objectivos desenvolvimento de um pensamento estratégico do turismo, particularmente, da gestão das Organizações e destinos turísticos.*

10.2. Comparison with the intended learning outcomes of similar study cycles offered in reference institutions of the European Area of Higher Education.

The objectives of the Master in Tourism Management are in line with the goals of the masters in the field of Tourism Management in Institutions of reference in the European area, including:

- the Master in Tourism Destination Management in NHTV Breda University of Applied Sciences in the Netherlands (which was awarded the UN World Tourism Organization's Ted What), aims to train professionals in tourism who can act on the changing context of the world and the tourism industry, as well as contributes to the qualification of the areas of development organizations, destinations and tourism products;*
- the Master in Tourism Management IE Business School Madrid (assessed as one of the best business schools and business in the world - between five of Europe and between 10 of the world), aiming to create a commitment to sustainable development, training staff capable of understanding the interdependence of the tourism sector in a multidisciplinary analysis of international tourism;*
- In the Masters in Tourism Management at Bournemouth University (assessed as the number one tourism in 2008 and 2009 according to the Guardian University League Tables) and Surrey (regarded as the best tourism school in the UK by The Guardian University Guide 2011, The Times Good University Guide 2011 and The Complete University Guide 2011), both in the United Kingdom, as regards the development of specific management skills, analysis and research applied to tourism*
- Like the Masters in Management of Tourist Destinations and organizations, all those Masters of reference in these institutions in Europe, also aim developing strategic thinking in tourism, particularly in the management of organizations and tourist destinations.*

11. Estágios e Períodos de Formação em Serviço

11.1. Indicação dos locais de estágio e/ou formação em serviço (quando aplicável)

Anexo VI - Protocolos de Cooperação

Anexo VI - OK Viagens, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

OK Viagens, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._OK Viagens.pdf](#)

Anexo VI - Termas Sulforosas de Alcafache, SA

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Termas Sulforosas de Alcafache, SA

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Termas de Alcafache.pdf](#)

Anexo VI - Hotel do Parque - Predial das Termas, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Hotel do Parque - Predial das Termas, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Hotel das Termas.pdf](#)

Anexo VI - Travel Gate - Agência de Viagens e Edição, Lda.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Travel Gate - Agência de Viagens e Edição, Lda.

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._TRavel Gate.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo , SA - Montebelo Aguieira Lake Resort & Spa

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo , SA - Montebelo Aguieira Lake Resort & Spa

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Hotel Casa da Ínsua

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Hotel Casa da Ínsua

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Montebelo Viseu Hotel & Spa

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Montebelo Viseu Hotel & Spa

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Hotel Príncipe Perfeito

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Hotel Príncipe Perfeito

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Hotel Palácio dos Melos

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Hotel Palácio dos Melos

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Expocenter

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Expocenter

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Montebelo Golfe

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Montebelo Golfe

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Montebelo Hípico

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Montebelo Hípico

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Rodízio Real

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Rodízio Real

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):

[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Agência de Viagens Mundicor

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Empreendimentos Turísticos Montebelo, SA - Agência de Viagens Mundicor

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Visabeira.pdf](#)

Anexo VI - ADDLAP - Associação de Desenvolvimento Dão, Lafões e Alto Paiva

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
ADDLAP - Associação de Desenvolvimento Dão, Lafões e Alto Paiva

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._ADDLAP.pdf](#)

Anexo VI - Estalagem Cruz da Mata

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Estalagem Cruz da Mata

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Estalagem Cruz da Mata.pdf](#)

Anexo VI - Sérico Critério Unipessoal Lda. - Comércio de Artigos de Golfe e Organização de Eventos

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Sérico Critério Unipessoal Lda. - Comércio de Artigos de Golfe e Organização de Eventos

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Serio Criterio.pdf](#)

Anexo VI - Solar de Vilar, Cooperativa de Animação Turística

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Solar de Vilar, Cooperativa de Animação Turística

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Solar de Vilar.pdf](#)

Anexo VI - Q Viagem Viseu - Agência de Viagens

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Q Viagem Viseu - Agência de Viagens

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Q`Viagens.pdf](#)

Anexo VI - Hotti Aveiro Hotéis

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Hotti Aveiro Hotéis

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Hotti Aveiro Hotéis.pdf](#)

Anexo VI - Hotel Alcafache

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:
Hotel Alcafache

11.1.2. Protocolo (PDF, máx. 100kB):
[11.1.2._Hotel Alcafache.pdf](#)

Anexo VII. Mapas de distribuição de estudantes

11.2. Anexo VII. Mapas de distribuição de estudantes. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.(PDF, máx. 100kB)

Documento com o planeamento da distribuição dos estudantes pelos locais de formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.

<sem resposta>

11.3. Recursos próprios da instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes no período de estágio e/ou formação em serviço.

11.3. Indicação dos recursos próprios da instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e períodos de formação em serviço.

O acompanhamento dos alunos de mestrado que optem por estágio será efectuado pelos docentes do próprio mestrado.

11.3. Indication of the institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods.

The monitoring of master's students who decide for a internship will be made by teachers of the master.

11.4. Orientadores cooperantes

Anexo VIII. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes

11.4.1 Anexo VIII. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio responsáveis por acompanhar os estudantes (PDF, máx. 100kB)

Documento com os mecanismos de avaliação e selecção dos monitores de estágio e formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino e as instituições de formação em serviço.

<sem resposta>

Anexo IX. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço

11.4.2. Anexo IX. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / External supervisors responsible for following the students activities (only for teacher training study cycles)

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 novo ciclo de estudos

12.1. Apresentação dos pontos fortes.

*Localização do IPV privilegiada, dada a sua centralidade nesta Região em desenvolvimento;
Programas de formação adaptados a Bolonha, com estruturas adequadas ao modelo profissionalizante;
Existência de corpo docente estável, com experiência e em regime de dedicação exclusiva;
Adaptação do curso às necessidades sócio-económicas da Região e às necessidades do mercado de trabalho;
Valorização da componente prática, fundamentalmente associada ao estágio/projecto;
Plano curricular adaptado às necessidades da Região capaz de garantir a satisfação das expectativas dos alunos e das organizações;
Existe um posicionamento claro do curso como sendo de natureza profissionalizante.
Existe um envolvimento de docentes de várias áreas científicas complementares e necessárias para o curso.
Existência de unidades curriculares com conteúdos focalizados nas novas tecnologias
Projecto/Estágio de natureza vincadamente profissionalizante, indo de encontro ao posicionamento do curso.*

12.1. Strengths.

*IPV's privileged location, given its centrality in this developing region;
Training programs adapted to Bologna, with appropriate structures this new educative paradigm;
Existence of full-time staff with experience and exclusive dedication;
Adaptation to the current socio-economic needs of the region and the needs of the labor market; Importance given to the practical component, mainly associated with the training / project;
Syllabus tailored to the needs of the region capable of meeting both the expectations of students and organizations.
There is a clear positioning of the course to be professional in nature.
There is an involvement of teachers in various complementary scientific areas which necessary for the course.*

*Existence of units (uc) whose content is focused on new technologies
Project / Internship distinctly professional in nature, in accordance with the position of the course.*

12.2. Apresentação dos pontos fracos.

- *Localização geográfica do IPV no interior do país, limitará o seu desenvolvimento;*
- *Reduzido número de empresas de grande dimensão na Região;*
- *Necessidade de um maior desenvolvimento da vertente investigadora orientada para o meio envolvente;*
- *Número limitado de estudantes envolvidos em actividades de I&D;*
- *Dificuldades em atrair, predominantemente, os melhores alunos do país;*
- *Inexistência de estruturas especificamente vocacionadas para a prestação de serviços ao exterior;*
- *Baixo nível de actividades de investigação e desenvolvimento tendo em conta a actividade média desenvolvida por cada docente;*
- *Fraca adesão a redes de cooperação, nacionais e internacionais.*

12.2. Weaknesses.

- *IPV's geographical location within the country, which can limit its development;*
- *Reduced number of large companies in the region;*
- *Need for further development of the present investigator-oriented environment;*
- *Limited number of students involved in R & D*
- *Difficulties in attracting predominantly the best students in the country;*
- *Lack of structures specifically responsible for the provision of services abroad;*
- *Low level of research and development taking into account the average activity developed by each teacher;*

12.3. Apresentação das oportunidades criadas pela implementação.

A vocação do ensino politécnico é preparar alunos competentes, inovadores e proactivos para o mercado de trabalho. Este Mestrado (MS) criará técnicos mais especializados e preparados para trabalhar num sector em crescimento: Formará alunos empreendedores que poderão criar a motivação para serem activos na criação das suas próprias empresas turísticas.

Permitirá captar alunos com formação superior de outras áreas de formação que necessitem aprofundar conhecimentos em Turismo.

Permitirá desenvolver competências ao nível da ESTGV para o desenvolvimento de serviços de ligação ao exterior na área do Turismo.

Colmatará, na região, uma lacuna na formação pós-graduada de técnicos, quadros e gestores na área de Turismo.

A oferta turística nacional necessita de técnicos que participem de forma competente e responsável no desenvolvimento de Portugal e das suas várias regiões de forma a tornarem-se destinos verdadeiramente atractivos e competitivos no cenário nacional e internacional.

12.3. Opportunities.

Our vocation is to prepare competent, innovative and proactive students to meet the demands of the labor market. This Master (MS) will create more specialized technicians prepared to work in a growing sector, it will enable:

- *to form student entrepreneurs who can create the motivation to be active in creating their own tourism businesses;*
- *to attract students with higher education from other areas that require further training in tourism skills;*
- *to develop skills in the ESTGV for the development of liaison offices abroad in the tourism sector;*
- *to fill in the region, a gap in the postgraduate training of technicians in the field of tourism and managers of this sector. The national tourism needs technicians who participate in a competent and responsible development of Portugal and its various regions in order to become truly attractive and competitive destinations both in the national and international scene.*

12.4. Apresentação dos constrangimentos ao êxito da implementação.

- *Dificuldades da perspetivação de desenvolvimento económico dada a conjuntura actual;*
- *Declínio demográfico das Regiões do interior de Portugal onde se insere Viseu;*
- *Desenvolvimento cultural e educativo da comunidade envolvente, ainda muito baixo;*
- *Falta de financiamento público dos segundos ciclos;*
- *Necessidade de aumento das propinas sem o correspondente apoio social para os estudantes;*
- *Limitação à contratação de novos funcionários, o que pode restringir o desenvolvimento de mais actividades e da qualidade das Instituições de Ensino Superior;*
- *A conotação menos prestigiante associada ao ensino politécnico na sociedade Portuguesa.*

12.4. Threats.

- *Difficulties of economic development planning, given the current climate;*
- *Population decline in the countryside regions of Portugal like Viseu;*
- *Very low cultural and educational development and of the community;*
- *Lack of public funding for second cycle;*
- *Need to increase fees without a corresponding social support for students;*
- *Limitation to hire new employees, which may restrict the development of more activities and the quality of Higher Education Institutions;*
- *The connotation associated with the less prestige of polytechnic institutes in the Portuguese society.*

12.5. CONCLUSÕES

O sector de actividade do Turismo é um dos sectores mais importantes no contexto da economia portuguesa. Representa cerca de 11% do PIB e absorve perto de 10% do emprego, o que reforça a importância do sector. Portugal ocupa o décimo terceiro lugar entre os países europeus que têm o ambiente mais atractivo para o desenvolvimento da indústria de Viagens e Turismo (WEF, 2011). As óptimas condições climáticas, excelentes infra-estruturas de alojamento e para a prática de vários desportos, gastronomia de renome internacional, espírito de hospitalidade, o enorme acervo cultural (monumentos, museus, manifestações culturais, etc.) e a experiência em receber eventos internacionais, faz de Portugal um destino com uma grande capacidade de atracção (Unidade de Coordenação Plano Tecnológico, 2007).

O International Institute for Management Development (IMD) no seu World Competiveness Yearbook o mais prestigiado relatório anual sobre a competitividade das nações apurou que Portugal mostrava deficiências elevadas em alguns indicadores relativos ao sector turístico, nomeadamente: Satisfação do Cliente, Marketing e Capacidade da Mão-de-obra. A Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico referia que para colmatar estas deficiências e as particularidades endógenas do Turismo português, tornava-se necessário criar respostas adequadas nos seguintes sectores, entre outros: Situações de deficiente estruturação da oferta, com carência de práticas baseadas no planeamento integrado; Desequilíbrio entre a procura e a oferta de mão de obra qualificada; Fragmentação empresarial e debilidades de gestão.

A indústria do Turismo portuguesa terá de responder segundo padrões internacionais de qualidade. A oferta turística tende a mudar para responder ao novo perfil dos turistas e para enfrentar a concorrência. A adopção de novos instrumentos e modelos de gestão e a procura de soluções inovadoras são princípios fundamentais para a oferta turística portuguesa entrar na corrida da competitividade internacional. A oferta turística deve incluir a qualidade de serviço, garantida pela oferta de mão-de-obra especializada – com competências e um nível de educação adequado – e preparada para responder às expectativas dos visitantes (Firmino, 2008).

Neste contexto, e sublinhando um dos 5 eixos orientadores do PENT, é necessário “Reforçar a qualidade do Turismo português ao longo dos “momentos de verdade” através da implementação de um sistema de qualidade turística, e da formação e valorização dos recursos humanos”. Assim, o Departamento de Gestão da ESTGV propõe a criação de um Mestrado na área do turismo – Gestão Turística.

A presente proposta de Mestrado visa dar resposta às necessidades das organizações a operar no sector turístico. Através da formação de técnicos e profissionais melhor preparados para um mercado mais global e exigente, as organizações tornar-se-ão mais competitivas num sector de actividade fulcral para as economias, especialmente a portuguesa.

12.5. CONCLUSIONS

Tourism sector is one of the most important sectors in the context of the Portuguese economy. This represents approximately 11% of GDP and absorbs close to 10% of employment, which reinforces the importance of the sector. Portugal occupies the thirteenth position among the European countries that have more attractive environment for the development of industry in Travel and Tourism (WEF, 2011). The great weather, excellent facilities and accommodation for sporting activities, internationally renowned cuisine, spirit of hospitality, the enormous cultural heritage (monuments, museums, cultural events, etc..) and experience in hosting international events makes Portugal a destination with a great attractiveness (Technological Plan Coordination Unit, 2007).

The International Institute for Management Development (IMD) in its World Yearbook Competiveness, the most prestigious annual report on the competitiveness of nations (formed, 2011) found that Portugal showed deficiencies in some high indicators for the tourism sector, including: Customer Satisfaction, Marketing capacity and manpower. The Coordination Unit of the Technological Plan stated that to overcome these weaknesses and endogenous particularities of the Portuguese Tourism it is necessary to create appropriate responses in the following sectors, among others: Situations of poor structuring of offer, based on the lack of integrated planning practices; imbalance between demand and supply of skilled labor, enterprise fragmentation and weak management.

The Portuguese tourism industry is to respond to international standards of quality. Tourism offer tends to change to respond to the new profile of tourists and to compete. The adoption of new tools and management models and innovative solutions are fundamental principles for the Portuguese tourism seeking for international competitiveness. Tourism offer must include quality of service, guaranteed by the supply of skilled labor - with a level of skills and proper education - and prepared to meet the expectations of visitors (Firmino, 2008).

In this context, and highlighting one of the five guiding axes of PETN, it is necessary to "enhance the quality of the Portuguese tourism over the" moments of truth "by implementing a system to assess tourism quality, and providing training and human resources development". Thus, the Management Department of ESTGV proposes the creation of a Master degree in tourism - Destination and Tourism Organizations Management.

The proposed Master is designed to meet the needs of organizations operating in the tourism sector. Through training of technicians and professionals better prepared for a more comprehensive and demanding market, organizations will become more competitive in a vital industry to the local and national economies. It aims is to develop expertise in the management of tourist destinations and organizations, with an appropriate mix of theory and practice.