

ACEF/1718/1101881 — Guião para a auto-avaliação

I. Evolução do ciclo de estudos desde a avaliação anterior

1. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

1.1. Referência do anterior processo de avaliação.

NCE/11/01881

1.2. Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar com condições

1.3. Data da decisão.

2012-07-23

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE.

2. Síntese de medidas de melhoria do ciclo de estudos desde a avaliação anterior, designadamente na sequência de condições fixadas pelo CA e de recomendações da CAE (PDF, máx. 200kB).

[2._Ponto 2. Síntese de medidas de melhoria_MGT.pdf](#)

3. Alterações relativas à estrutura curricular e/ou ao plano de estudos(alterações não incluídas no ponto 2).

3.1. A estrutura curricular foi alterada desde a submissão do guião na avaliação anterior.

Não

3.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

3.1.1. If so, please provide an explanation and rationale for the changes made.

<no answer>

3.2. O plano de estudos foi alterado desde a submissão do guião na avaliação anterior.

Não

3.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

3.2.1. If so, please provide an explanation and rationale for the changes made.

<no answer>

4. Alterações relativas a instalações, parcerias e estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem (alterações não incluídas no ponto 2)

4.1. Registaram-se alterações significativas quanto a instalações e equipamentos desde o anterior processo de avaliação.

Não

4.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explanação e fundamentação das alterações efetuadas.

<sem resposta>

4.1.1. If so, provide a brief explanation and rationale for the changes made.

<no answer>

4.2. Registaram-se alterações significativas quanto a parcerias nacionais e internacionais no âmbito do ciclo de estudos desde o anterior processo de avaliação.

Sim

4.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

No âmbito do MGT foram concluídos 14 trabalhos de Dissertação/Projeto/Estágio. Praticamente 50% desses trabalhos foi desenvolvida em colaboração com entidades e empresas locais, regionais e nacionais permitindo a transferência de conhecimento. Mesmo os trabalhos de carácter mais conceptual, procuram sempre uma aplicação prática. Estas parcerias têm permitido um aprofundamento das relações com o tecido económico, o que tem reforçado a confiança das empresas e entidades no IPV/ESTGV/DGEST, facilitando parcerias de investigação e desenvolvimento. Algumas das entidades com as quais têm existido fortes relações de parceria para o desenvolvimento de trabalhos académicos são: Câmara Municipal de Viseu, Câmara Municipal de Tondela, Mazaltur – Agência de Viagens, Comissão Vitivinícola Regional do Dão, Visabeira Turismo, entre outros. (Ver ponto 2 deste relatório)

4.2.1. If so, please provide a summary of the changes.

Within the MTM sphere of action, 14 dissertations/projects/internships were completed.

About 50% of these works were developed in cooperation with local, regional and national entities and companies , thus allowing an important transfer of knowledge.

Even the most conceptual work is looking for a practical application. These partnerships have led to an improvement in the relationships maintained with the economic fabric which has, in turn, reinforced the trust these companies put on the IPV/ESTGV/DGEST, a trust that will make new research and development partnerships much easier.

Some of the entities with which there has been a strong partnership for the development of academic works are: the Viseu City Hall, the Tondela City Hall, Mazaltur – Travel agency, Regional Wine Commission of the Dão, Visabeira Turismo, among others. (See paragraph 2 of this report)

4.3. Registaram-se alterações significativas quanto a estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem desde o anterior processo de avaliação.

Sim

4.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

O acesso à informação científica nacional e internacional e a outras publicações subscritas pelo IPV, por parte da comunidade académica, é realizada através da b-on- Biblioteca do conhecimento online. Para as publicações subscritas pelo IPV, o acesso é controlado, ainda, através do IP da instituição, o que restringe este acesso a sistemas ligados à rede local do IPV, ou através de uma VPN. No entanto, o IPV está a muito curto prazo, de se tornar membro federado do serviço RCTSaaI da RCTS/FCCN, o que permitirá, de futuro, que a autenticação/autorização no acesso às publicações subscritas pelo IPV seja baseado neste serviço. Deste modo, toda a comunidade académica do IPV poderá aceder à b-on na sua plenitude, a partir de qualquer dispositivo ligado à Internet (sem necessidade de VPN).

4.3.1. If so, please provide a summary of the changes.

Access to national and international scientific information and other publications subscribed by the IPV and its academic community is carried out through the b-on-online knowledge Library.

For publications subscribed by the IPV, access is controlled through the institution's IP, which limits this access to any system connected to the local IPV network, or via VPN. The IPV will, however, shortly become a member of the RCTSAAI service provided by the RCTS/FCCN. This will allow the authentication/authorization needed to access publications subscribed by the IPV to be based on this service. This way, the entire IPV academic community will be able to access b-on to its fullest, from any Internet-connected device (no VPN required).

4.4. (quando aplicável) Registaram-se alterações significativas quanto a locais de estágio e/ou formação em serviço, protocolos com as respetivas entidades e garantia de acompanhamento efetivo dos estudantes durante o estágio desde o anterior processo de avaliação.

Não

4.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas.

<sem resposta>

4.4.1. If so, please provide a summary of the changes.

<no answer>

1. Caracterização do ciclo de estudos.

1.1 Instituição de ensino superior / Entidade instituidora.

Instituto Politécnico De Viseu

1.1.a. Outras Instituições de ensino superior / Entidades instituidoras.

1.2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.).

Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu**1.3. Ciclo de estudos.***Gestão Turística***1.3. Study programme.***Tourism Management***1.4. Grau.***Mestre***1.5. Publicação do plano de estudos em Diário da República (PDF, máx. 500kB).**[1.5._DR MGT.pdf](#)**1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos.***Turismo***1.6. Main scientific area of the study programme.***Tourism***1.7.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF).***812***1.7.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.***345***1.7.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável.***<sem resposta>***1.8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau.***120***1.9. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de março, de acordo com a redação do DL-63/2001, de 13 de setembro).***4 semestres***1.9. Duration of the study programme (art.º 3 DL-74/2006, March 26th, as written in the DL-63/2001, of September 13th).***4 semesters***1.10. Número máximo de admissões.***25***1.10.1. Número máximo de admissões pretendido (se diferente do número anterior) e respetiva justificação.***Não aplicável.***1.10.1. Proposed maximum number of admissions (if different from the previous number) and related reasons.***Not applicable.***1.11. Condições específicas de ingresso.***1. Podem candidatar-se ao acesso ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre:**a) Titulares do grau de licenciado 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 do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo;**c) Titulares de um grau académico superior estrangeiro, que seja reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau de licenciado pelo Conselho Técnico-Científico;**d) Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional que seja reconhecido como atestando capacidade para realização deste ciclo de estudos pelo Conselho Técnico Científico;**e) Indivíduos que frequentaram ediçõesanteriores do mesmo Curso de Mestrado da ESTGV em que houve interrupção/caducidade da matrícula.*

1.11. Specific entry requirements.

- a) Students who have a degree 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.
- e) Students who attended previous editions of the same ESTGV Master's Course in which there was an interruption / expiration of enrollment.

1.12. Regime de funcionamento.*Pós Laboral***1.12.1. Se outro, especifique:***Não aplicável.***1.12.1. If other, specify:***Not applicable.***1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:***Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu***1.14. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB).**[**1.14._Regulamento Geral para a Creditação - ESTGV.pdf**](#)**1.15. Observações.**

Importa referir que o MGT tem funcionado com um desfasamento temporal em relação aos restantes cursos da ESTGV. O seu início é em fevereiro, o que faz coincidir o 1º semestre com o habitual 2º semestre dos restantes cursos, o 2º semestre letivo funciona de setembro a fevereiro, ou seja no habitual 1º semestre dos restantes ciclos de estudos. Neste momento está em curso a 5ª edição que teve início em fevereiro de 2016 sendo o final do ano letivo em março de 2018 (finda a época especial de avaliação).

1.15. Observations.

It should be noted that the MTM classes start in February only, unlike what happens in any other Master's. Because of this late start, its first semester takes place during the remaining courses' second semester, while its second semester – between September and February- is the equivalent of the other courses' first semester. The current edition of this Master's degree, its fifth, has started in February 2016 and will end in March (after the special evaluation moments).

2. Estrutura Curricular**2.1. Percursos alternativos, como ramos, variantes, áreas de especialização de mestrado ou especialidades de doutoramento, em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável)**

2.1. 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 organisation of alternative paths compatible with the structure of the study programme (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):**Options/Branches/... (if applicable):***<sem resposta>***2.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)****2.2. Estrutura Curricular -****2.2.1. Ramo, opção, perfil, maior/menor, ou outra (se aplicável).***<sem resposta>***2.2.1. Branches, options, profiles, major/minor, or other (if applicable)***<no answer>*

2.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*
Turismo	TUR	72	0
Gestão	GEST	12	0
Marketing	MKT	12	0
Matemática	MAT	6	0
Informática	EI	6	0
Opção (2 de 4) Marketing/Engenharia Civil/Engenharia e Gestão Industrial/Psicologia	EC	0	12
(6 Items)		108	12

2.3. Observações

2.3 Observações.

O funcionamento e a gestão do Mestrado em Gestão Turística integra-se no espírito de fazer mais e melhor, tendo em vista a melhor qualificação dos alunos no âmbito do que é expectável e desejável aos quadros superiores na área do Turismo. Nesse sentido existe a preocupação da qualificação e formação permanentes do corpo docente, quer ao nível do know now científico quer profissional/técnico.

Por outro lado a proximidade e a excelente relação com os alunos, quer por parte da Direção do Departamento e do Curso, quer por parte do corpo docente, permitem uma avaliação constante da qualidade do ensino ministrado no âmbito do Mestrado em Gestão Turística.

Encara-se a avaliação como um processo. Contínuo. Atento ao mercado e à conjuntura. Privilegia-se a qualidade em prole da quantidade. Exige-se aos alunos o nível de qualificação e de conhecimentos a par e de acordo com o que se espera de técnicos nesta área num destino (Portugal) tão reconhecido e premiado internacionalmente.

Trabalha-se no sentido de preparar os alunos para o atual mercado turístico, tendo em conta os comportamentos atuais de consumo, a oferta de produtos e destinos inovadores, a importância de uma gestão eficiente e sustentada e sustentável.

O Mestrado em Gestão Turística foi criado numa filosofia de projeto no sentido dos conteúdos de todas as unidades curriculares convergirem para um todo final traduzido em projeto ou dissertação. Quer isto dizer que os conteúdos de cada unidade curricular aliados às metodologias de ensino e de avaliação estão em consonância e coerência interdisciplinar, ajustando-se às necessidades e desejos dos alunos reforçando a sua motivação e participação (pro)ativa. O trabalho realizado em cada unidade curricular tem por objetivo convergir para o trabalho final do aluno seja em forma de projeto, dissertação ou estágio. Por outro lado pretende-se incentivar o espírito empreendedor dos diplomados pois durante o seu percurso no mestrado as competências adquiridas vão no sentido da criação de negócios e próprio posto de trabalho. No final do 1º ano curricular os alunos podem ter em mão um plano de negócios completo num produto turístico à escolha que poderá ser implementado.

No quadro 2.2.2 foi introduzida uma linha com 4 áreas científicas (Marketing/Engenharia Informática/Engenharia e Gestão Industrial/Psicologia), uma vez que de entre estas 4 uc's, os alunos deverão escolher 2 uc's para completar os 12 ECT's de Opção.

2.3 Observations.

The operation and management of the Master's degree in Tourism Management is driven by the will of doing more and better, always bearing in mind the best qualification of its students so they can meet the requirements society expects of qualified tourism professionals. This way, there is this a deep concern with the permanent qualification and training of the institution's teaching staff, both at a scientific and at a professional/technical level.

On the other hand, the proximity and the excellent relationship between the students and both the Department and Course Board, and with the teachers themselves, allow a constant evaluation of the quality of the teaching carried out in this Master's degree.

Evaluation is seen as an ongoing process that is aware of the labour market and of the country's economic situation. Priority is given to quality rather than to quantity. Students are required to have a level of qualification and knowledge that will match what is expected of skilled technicians in this field and in such an internationally renowned and awarded tourist destination (Portugal).

We strive to prepare students for the current tourist market, taking into account current consumer behaviours, the supply of innovative products and destinations and the importance of an efficient, sustained and sustainable management.

The Master's degree in Tourism Management was created based on a philosophy of project, since the contents of all Curricular Units aim at a final product: a final project or dissertation. This means that the contents of each Curricular Unit, combined with its teaching and evaluation methods, show a strong interdisciplinary consonance and coherence and will be adjusted to the students' needs and desires, a factor that will reinforce their motivation and (pro)active participation. The work carried out in each Curricular Unit is intended to converge at the student's final work, whether it's a project, a dissertation or an internship.

Another objective of this Master's degree is to encourage the graduates' entrepreneurial spirit, since, during their academic journey, the skills acquired will provide them with the right tools to create their own business or work place. By the end of the first curricular year, students can already have built up a complete business plan for a chosen tourist product that they can implement later.

In Table 2.2.2, a line with 4 scientific areas (Marketing / Computer Engineering / Industrial Management / Psychology) was introduced, since among these 4 courses, students should choose 2 to complete the 12 ECT's of Option courses.

3. Pessoal Docente

3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

3.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

Carla Maria Alves da Silva Fernandes has a PhD in Tourism from the University of Aveiro, a MSc in Social Sciences from the ISCTE and a degree in Sociology from the Autonomous University of Lisbon.

She is Professor on a full-time basis in the School of Technology and Management of Viseu at the Management Department, since 1999.

Presently, she is coordinator of the Master in Tourism Management and R&D projects. She is a member of the research units on Centre for the Study of Education, Technologies and Health CI&DETS (Viseu) and on Competitiveness, Governance and Public Policy GOVCOPP (Aveiro). She is reviewer of international scientific journals and member of scientific committees, with several communications in international scientific Conferences. She has publications on international peer-reviewed (refereed) journals, such as Anatolia, European Journal of Tourism Research and also in international book chapters published by Emerald Group and Cambridge Scholars Publishing.

3.2. Fichas curriculares dos docentes do ciclo de estudos

Anexo I - António José Queirós Soares de Figueiredo

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

António José Queirós Soares de Figueiredo

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Carla Maria Alves da Silva Fernandes

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

Carla Maria Alves da Silva Fernandes

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira

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

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Cristina Maria de Jesus Barroco Novais

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

Cristina Maria de Jesus Barroco Novais

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - Joaquim Gonçalves Antunes

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

Joaquim Gonçalves Antunes

3.2.2. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Anexo I - José Luís Mendes Loureiro Abrantes

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

José Luís Mendes Loureiro Abrantes

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

Anexo I - Margarida Alexandra Lopes Vicente

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Margarida Alexandra Lopes Vicente

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

Anexo I - Maria Madalena de Freitas Malva

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

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

Anexo I - Samuel Ferreira Barros

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Samuel Ferreira Barros

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

Anexo I - Steven Lopes Abrantes

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Steven Lopes Abrantes

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

Anexo I - Suzanne Fonseca Amaro

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Suzanne Fonseca Amaro

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

Anexo I - Maria Lúcia de Jesus Pato

3.2.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria Lúcia de Jesus Pato

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

3.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

3.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
António José Queirós Soares de Figueiredo	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Gestão Geral, Estratégia e Desenvolvimento Empresarial	100	Ficha submetida
Carla Maria Alves da Silva Fernandes	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Turismo	100	Ficha submetida
Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Turismo	100	Ficha submetida
Cristina Maria de Jesus Barroco Novais	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor		Turismo	100	Ficha submetida
Joaquim Gonçalves Antunes	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor		Gestão	100	Ficha submetida

José Luís Mendes Loureiro Abrantes	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Ciências Económicas e Empresariais	100	Ficha submetida	
Margarida Alexandra Lopes Vicente	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Gestão	100	Ficha submetida	
Maria Madalena de Freitas Malva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Estatística e Investigação Operacional	100	Ficha submetida	
Samuel Ferreira Barros	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Título de especialista (DL 206/2009)	Gestão de empresas	100	Ficha submetida
Steven Lopes Abrantes	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Sistemas e Tecnologias da Informação	100	Ficha submetida	
Suzanne Fonseca Amaro	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Marketing	100	Ficha submetida	
Maria Lúcia de Jesus Pato	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Turismo	100	Ficha submetida	
1200						

<sem resposta>

3.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

3.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

3.4.1.1. Número total de docentes.

12

3.4.1.2. Número total de ETI.

12

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

3.4.2. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº / No.	Percentagem* / Percentage*
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of full time teachers:	12	100

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

3.4.3. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff with a PhD (FTE):	11	91.7

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

3.4.4. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	9	75
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	1	8.3

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

3.4.5. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	12	100
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	0	0

4. Pessoal Não Docente

4.1. Número e regime de dedicação do pessoal não docente afeto à lecionação do ciclo de estudos.

A ESTGV dispõe de 2 Dirigentes Intermédios (Diretores de Serviços) e 43 trabalhadores distribuídos pelas seguintes carreiras: 22 Técnicos Superiores, 2 Especialistas de Informática, 1 Coordenador Técnico, 12 Assistentes Técnicos e 6 Assistentes Operacionais, associados aos diversos departamentos, serviços técnicos e serviços administrativos. O curso em análise tem associado ao seu funcionamento 2 não docentes, que exercem atividade em todas as áreas que permitem a dinamização do ciclo de estudos. O curso conta ainda com a colaboração do pessoal técnico e administrativo da ESTGV, incorporando nomeadamente as áreas Académica, Recursos Humanos, Manutenção, Informática, Documentação, Património e Serviços auxiliares de apoio. A totalidade deste grupo de recursos humanos encontra-se em regime de tempo integral na instituição. A afetação ao ciclo de estudos em causa é efetuada considerando o equilíbrio entre as exigências específicas de todos os ciclos em funcionamento na instituição.

4.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study programme.

ESTGV employs 2 Middle Managers (Service Directors) and 43 staff members:

22 Higher Technicians (possessing at least a college degree), 1 Technical Coordinator, 12 Technical Assistants and 6 Operational Assistants, working in the different departments, technical services and administrative services.

The course also includes as staff members 2 non-teaching elements, who provide support to all the fields related to the Cycle of Studies dynamics.

The course is also supported by ESTGV Technical and Administrative Staff, namely by its Academic, Human Resources, Maintenance, IT, Documentation, Heritage and Support Services centres.

This entire Human Resources staff work full time at the institution.

The resources are allocated to this Cycle of Studies considering the balance between the specific requirements of all the cycles offered in the institution

4.2. Qualificação do pessoal não docente de apoio à lecionação do ciclo de estudos.

A qualificação académica do pessoal não docente está adequada às áreas específicas de atuação.

Os 2 técnicos afetos ao departamento onde o ciclo de estudos se encontra a funcionar, têm a qualificação de mestres.

Dos 30 trabalhadores do pessoal não docente da ESTGV não afeto a nenhum departamento específico, 7% têm uma qualificação inferior ao 9º ano, 3% têm o 9º ano, 40% têm o 12º ano, 3% têm o Bacharelato, 40% são Licenciados e 7% são Mestres.

De salientar o facto de quase a totalidade dos trabalhadores da ESTGV pertencerem aos quadros da instituição há mais de 10 anos e do esforço que tem sido efetuado para promover a melhoria das suas qualificações académicas, nomeadamente através do incentivo à frequência de cursos de formação e ao prosseguimento de estudos superiores.

4.2. Qualification of the non-academic staff supporting the study programme.

The academic qualification of non-teaching staff is suitable for the specific areas of action they will be working in.

The 2 Higher Technicians working for the department in which the Cycle of Studies is being offered have a Master's Degree

Among the 30 ESTGV non-teaching staff members who don't belong to any specific department, we can find people whose school qualifications are below the 9th grade (7%), 3% of them got their 9th grade diploma, 40% had finished High School (12th grade), 3% of those workers got their bachelor's degree, 40% are college graduates and 7% got a Master's degree.

Almost all ESTGV workers have been working for the institutions for more than 10 years and huge efforts have been made to allow them to improve their academic qualifications, notably by encouraging their access to training courses and by encouraging them to pursue higher studies.

5. Estudantes

5.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso

5.1.1. Total de estudantes inscritos.

5.1.2. Caracterização por género

5.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender

Género / Gender	%
Masculino / Male	28
Feminino / Female	72

5.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

5.1.3. Número de estudantes por ano curricular (ano letivo em curso) / Number of students per curricular year (current academic year)

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
1º ano curricular	7
2º ano curricular	11
	18

5.2. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.

5.2. Procura do ciclo de estudos / Study programme's demand

	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano/ Last year	Ano corrente / Current year
N.º de vagas / No. of vacancies	25	25	25
N.º de candidatos / No. of candidates	17	18	14
N.º de colocados / No. of accepted candidates	16	18	14
N.º de inscritos 1º ano 1ª vez / No. of first time enrolled	11	15	11
Nota de candidatura do último colocado / Entrance mark of the last accepted candidate	0	0	0
Nota média de entrada / Average entrance mark	0	0	0

5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes

5.3. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (designadamente para discriminação de informação por percursos alternativos de formação, quando existam)

Um dos pontos fortes considerados no Mestrado em Gestão Turística é a diversidade das formações anteriores dos candidatos colocados. Nos últimos 3 anos, 34% dos candidatos colocados no Mestrado em Gestão Turística tem formação superior em Turismo e Gestão Turística. O facto de permitir o acesso a titulares de graus académicos, equivalentes ou superiores de Licenciatura, sem restrição da área científica correspondente, torna o grupo de estudantes bastante heterogéneo com consequente enriquecimento na partilha de experiências e aprendizagens. Por outro lado esta heterogeneidade obriga a criar uma estrutura curricular com unidade curriculares de opções para garantir uma homogeneidade no perfil de saída dos alunos.

No quadro 5.2 foi colocado um 0 na nota de candidatura do último colocado e na nota média de entrada em virtude do parâmetro não se adequar ao processo de seleção definido.

5.3. Adicional information about the students' characterisation (namely on the distribution of students by alternative pathways, when applicable)

One of the strengths of the Masters' degree in Tourism Management is the variety of its students' prior academic backgrounds. These last 3 years, 34% of the candidates who have attended this Master's degree in Tourist Management have gotten their degree in Tourism and Tourist Management. The fact that college graduates from any scientific areas are free to enroll in this Masters' degree produces a very heterogeneous group of students, a situation which proves to be an enriching experience thanks to a constant sharing of the students' experiences and learning history.

On the other hand, this heterogeneity forces us to design a syllabus structure with optional Curricular Units to ensure a certain homogeneity as far as the students' profile once they graduate is concerned.

In the table 5.2 it was introduced a 0 as the grade of application of the last student and the average entry grade because the parameter does not fit in the defined selection process.

6. Resultados

6.1. Resultados Académicos

6.1.1. Eficiência formativa.

6.1.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	Antepenúltimo ano / Two before the last year	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano / Last year
N.º graduados / No. of graduates	8	2	4
N.º graduados em N anos / No. of graduates in N years*	8	1	1
N.º graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	0	1	3
N.º graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	0	0
N.º graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

Pergunta 6.1.2. a 6.1.3.

6.1.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (exclusivamente para cursos de doutoramento).

Não aplicável.

6.1.2. Present a list of thesis defended in the last 3 years, indicating, for each one, the title, the completion year and the result (only for PhD programmes).

Not applicable.

6.1.3. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respetivas unidades curriculares.

O Mestrado em Gestão Turística, à semelhança da maior parte dos Mestrados, apresenta uma taxa de desistência maior durante o 1º ano e no final do 1º ano do ciclo de estudos. Isto deve-se ao facto da quase totalidade dos alunos estar já a trabalhar, sendo-lhes difícil conciliar as aulas e o estudo com o trabalho. Por outro lado, no final do 1º ano os alunos que obtiveram aprovação à parte curricular, acabam por ficar com um certificado que lhes confere a Pós-Graduação e que para alguns isso é suficiente. No que respeita ao 2º ano do ciclo de estudos, já não se trata tanto de desistências mas de adiamentos à elaboração do trabalho final.

6.1.3. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study programme and related curricular units.

The Master's degree in Tourist Management, like most of the other Masters, shows a higher rate of dropout during the first year and at the end of the first year of the cycle. This happens because almost all the students are already working and it's difficult for them to combine classes and work. On the other hand, at the end of the first year, students who completed the curricular part of the course get a certificate that gives them a post-graduation title and that certificate is enough for some of them. In the second year of the study cycle, it is no longer a question of dropouts, the problem is the elaboration of the final work which is constantly being postponed.

6.1.4. Empregabilidade.

6.1.4.1. Dados sobre desemprego dos graduados do ciclo de estudos (estatísticas da DGEEC ou estatísticas e estudos próprios, com indicação do ano e fonte de informação).

Após feita uma auscultação direta através de questionário e contacto pessoal, constatamos que apenas um dos diplomados está desempregado. Refira-se que este diplomado concluiu o MGT apenas em novembro, pelo que isto pode explicar também a sua situação de desempregado. De qualquer das formas, a aluna referiu que está em processo de recrutamento tendo já marcadas várias entrevistas de trabalho.

6.1.4.1. Information on the graduates' unemployment (DGEEC or Intitution's statistics or studies, referencing the year and information source).

After having conducted a direct survey through questionnaires and personal contact, we found out that only one of the graduates is currently unemployed. This graduate has completed her Master's Degree in Tourism Management in November only. This may explain her employment situation. Anyway, the student mentioned that she is currently going through a recruitment process and that several job interviews have already been scheduled.

6.1.4.2. Reflexão sobre os dados de empregabilidade.

Dos 14 diplomados do MGT, e após feita uma auscultação direta através de questionário e contacto pessoal, constatamos que apenas um está desempregado. Os restantes 13 estão empregados todos na área do Turismo:

- *Formação em Turismo: dois diplomados sendo que um é diretor de um curso profissional em Turismo.*
- *Restauração e Similares: três diplomados, um é dono do próprio negócio e outro é diretor de um Restaurante em Lisboa.*
- *Agência de Viagens: três diplomados, dois dos são diretores.*
- *Hotelaria: dois diplomados, um deles é gerente do único hotel de charme em parceria com os Paradores de Espanha em Portugal.*
- *Animação Turística: três diplomados, um deles desenvolveu uma empresa com base no seu Projeto final do MGT. Em conclusão, em todas as áreas de emprego referidas, a maioria dos diplomados está em cargos de chefia. É importante ainda referir grande parte dos empregos e cargos foram obtidos após a conclusão do MGT.*

6.1.4.2. Critical analysis on employability information.

Only one of the 14 Master's degree in Tourism Management graduates is unemployed. The remaining 13 graduates are employed, each one of them in the following tourism sectors:

- *Training in tourism: 2 graduates. One of them is the Director of a professional course in tourism.*
 - *Restaurant industry and similar activities: 3 graduates, one owns a restaurant and another is the director of a restaurant in Lisbon.*
 - *Travel agency: 3 graduates, two of them have a management position.*
 - *Hotel business: 2 graduates, one of them is the manager of the only Charm Hotel in Viseu in a partnership with "Paradores de Espanha" hotels in Portugal.*
 - *Tourist animation: 3 graduates, one of them developed a company based on his Master's degree final project.*
- In conclusion, in all the areas of employment mentioned, most graduates are in a management position. We should also mention that most of the jobs and positions were obtained after the students had completed their graduation.*

6.2. Resultados das atividades científicas, tecnológicas e artísticas.

6.2.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica

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

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados/ No. of integrated study programme's teachers	Observações / Observations
Centro de Estudos em Educação, Tecnologias e Saúde (C1&DETS)	Bom	Instituto Politécnico de Viseu	9	
Nova School of Business and Economics	Excelente	Universidade Nova de Lisboa	1	
Centro de Recursos Naturais, Ambiente e Sociedade (CERNAS)	Bom	Instituto Politécnico de Coimbra	1	

Pergunta 6.2.2. a 6.2.5.

6.2.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos em revistas internacionais com revisão por pares, livros ou capítulos de livros, relevantes para o ciclo de estudos.

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/222d9c89-874c-ed09-db15-5a68af1378fa>

6.2.3. Mapa-resumo de outras publicações relevantes, designadamente de natureza pedagógica:

<http://www.a3es.pt/si/iportal.php/cv/other-scientific-publication/formId/222d9c89-874c-ed09-db15-5a68af1378fa>

6.2.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) científica(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos, e seu contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística.

Após a última avaliação em 2012 os docentes do MGT conseguiram mais de 50 publicações na área do Turismo, 15 em revistas do SSCI/SCI e 40 em peer-reviewed journals e capítulos de livros científicos. 15 dessas publicações resultam de trabalhos com alunos do MGT. Tem havido ainda uma aposta na produção científica noutras áreas – Pedagogia, Gestão e Marketing: 3 em revistas do SSCI/SCI e 9 em peer-reviewed journals e capítulos de livros científicos. Os docentes e alunos têm também dezenas de publicações em Conference Proceedings de eventos científicos nacionais e internacionais.

O mérito científico dos docentes é reconhecido também por:

- *Contribuição para a qualidade da investigação científica pela colaboração com revistas científicas internacionais na área do Turismo e Gestão: i) editores em 8 Special Issues ii) membros do Editorial Board (4) ou do Editorial Review Board (6); iii) Revisores Ad-hoc de 30 revistas nacionais e internacionais nas áreas do MGT.*
- *Convites para a colaboração em eventos científicos nacionais e internacionais: i) participação como Keynote Speakers (8); ii) membros do comité organizativo (4); iii) membros do comité científico (32 eventos); iv) membros do Review Board (7 eventos); v) chairs (10 eventos).*
- *Prémios científicos atribuídos por Comités Científicos e Centros de Investigação (10). 1 dos prémios foi atribuído a um trabalho de um aluno.*

- Orientação, co-orientação e arguência de Teses de PhD e Dissertações nas áreas do MGT: i) co-orientação de 2 Teses de PhD em Turismo; ii) orientação de 27 Dissertações de Mestrado em Turismo; iii) co-orientação de 2 Teses de PhD em áreas do MGT; iv) orientação de 43 Teses de Mestrado em áreas do MGT; v) arguência de 6 Teses de PhD; vi) arguência de 62 Dissertações de Mestrado. Destaca-se a colaboração de 2 docentes com um mestrado internacional, consórcio entre 4 universidades europeias.

Os docentes, apesar de serem todos Doutores (11) e Especialistas (1) continuam a atualizar os seus conhecimentos com o apoio incondicional do IPV pela participação em congressos científicos internacionais e também em missões de formação (programa Erasmus+). Um dos docentes encontra-se a desenvolver um projeto de Pós-PhD com uma bolsa da FCT num projeto europeu na área da mobilidade e turismo. A internacionalização tem sido ainda uma preocupação dos docentes que têm participado, apesar dos constrangimentos financeiros das IES, em várias missões de internacionalização (12).

Finalmente destaca-se o envolvimento em Atividades de Desenvolvimento e Formação, nomeadamente por: i) comunicações por convite em eventos pedagógicos e empresariais; ii) prestação de serviços na colaboração e coordenação de 6 estudos, lecionação de 1 pós-graduação e 4 ações de formação profissional/coaching em contexto de empresa; iii) envolvimento dos docentes com empresas e entidades locais na organização de eventos culturais e turísticos.

Todos os dados podem ser consultados no ponto 2 deste relatório.

6.2.4. Activities of technological and artistic development, consultancy and advanced training in the main scientific area(s) of the study programme, and its real contribution to the national, regional and local development, scientific culture and cultural, sports and artistic activities.

After the last evaluation (in 2012), MTM professors achieved more than 50 publications in tourism, 15 as part of SSCI/SCI journals and 40 of peer-reviewed journals and chapters of scientific books. 15 of these publications are the result of cooperative work with MTM students. There has also been a commitment to improve scientific production in other areas – Pedagogy, Management and Marketing: 3 in SSCI/SCI journals and 9 in peer-reviewed journals and chapters of scientific books. Teachers and students also have dozens of publications in Conference Proceedings of national and international scientific events.

The teachers' scientific recognition is also due to:

- Their contribution to the quality of scientific research through their collaboration with international tourism and management journals: i) having been editors in 8 Special Issues ii) Members of the Editorial Board (4) or part of the Editorial Review Board (6); iii) Ad-hoc reviewers of 30 national and international journals related to MTM.
- Invitations to cooperate in national and international scientific events: i) their participation as Keynote Speakers (8); ii) members of the Organising Committee (4); ii) Members of the Scientific Committee (32 events); iv) Members of the Review Board (7 events); v) Chairs (10 events).
- Scientific Awards granted by Scientific Committees and Research Centres (10), 1 of which was granted to a student's work.
- Supervision, Co-supervision and Members of the Panel in MTM PhD theses and dissertations defenses: i) Co-supervision of 2 PhD theses in tourism; ii) supervision of 27 Master's dissertations in tourism; iii) Co-supervision of 2 PhD theses in MTM fields; iv) supervision of 43 MTM Master's theses; v) Members of the Jury of 6 PhD theses; vi) Member of the Jury of 62 Master's dissertations. We have to stress the collaboration of two teachers with an International Master's degree, a joint venture between 4 European universities.

Teachers, although they are all PHD (11) and Specialists (1) have continued to update their knowledge, with the unconditional support of IPV, through their participation in international scientific conferences and in training missions (Erasmus + programme). One of the teachers is currently developing a post-PhD project with a FCT scholarship in a European Mobility and Tourism project. Internationalization has also been a concern of teachers who have participated, despite some financial constraints, in several internationalization missions (12).

Finally, the involvement in development and training activities should be highlighted: i) invitations to carry out oral communications in pedagogical and business events; ii) services and consulting while cooperating with and coordinating 6 studies, the teaching of a post-graduate course and 4 training/coaching courses in a labour context; iii) teachers' involvement with local companies and entities when organizing cultural and tourist events (data in point 2 of this report).

6.2.5. Integração das atividades científicas, tecnológicas e artísticas em projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais, incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido.

No âmbito das atividades científicas relativas aos projetos financiados, existem 6 projetos no total, dos quais 2 têm financiamento externo (FCT/Tomi World) e 4 têm financiamento interno (IPV/CGD), e em que os docentes do MGT estão afectos na qualidade de membros da equipa ou de coordenadores do projeto: (1) O impacto do Terrorismo nos cidadãos e organizações da UE28 SFRH/BPD/109245/2015 (72.510€) (2) PERSONA T458067656-00020588 (729.690,5€); (3) Competências emocionais para a promoção do sucesso escolar: programa de intervenção sistemática PROJ/CI&DETS/2015/0006, (6.000€); (4) Línguas estrangeiras e Empregabilidade PROJ/CI&DETS/CGD/0001, (27.888 €); (5) Storytelling no Turismo Cultural: o poder do "Era uma vez..." na atração turística nos Centros Históricos Património Mundial PROJ/CI&DETS/CGD/0015 (29.557,47€); e (6) Projeto Enoturismo e as rotas de vinho: Oferta e procura em Portugal. Comparação com casos de Espanha e Austrália PROJ/CI&DETS/2016/0019 (6.808€).

6.2.5. Integration of the scientific, technological and artistic activities on projects and/or national or international partnerships, including, when applicable, the indication of the main financed projects and the volume of financing involved.

As far as the scientific activities related to the financed projects are concerned, 6 projects are currently being developed, 2 of which have an external financing (FCT/Tomi World) and 4 have internal financing (IPV/CGD). MTM teachers are part of these projects as members of the Project team or as Coordinators:

- (1) The impact of terrorism on the citizens and organizations of UE28 SFRH/BPD/109245/2015 (€72,510)
- (2) PERSONA T458067656-00020588 (€729,690,5);
- (3) Emotional skills for the promotion of school success: Systemic intervention Programme PROJ/CI &

DETS/2015/0006, (€6,000);

(4) Foreign languages and employability PROJ/CI & DETS/CGD/0001, (€27,888);

(5) Storytelling in Cultural Tourism: the power of "Once upon a time..." In the tourist attraction in World Heritage Historical Centres PROJ/CI & DETS/CGD/0015 (€29,557.47);

and (6) Wine tourism and wine routes project: supply and demand in Portugal. Comparison with Spanish and Australian cases PROJ/CI & DETS/2016/0019 (€6,808).

6.3. Nível de internacionalização.

6.3.1. Mobilidade de estudantes e docentes

7.3.4. Nível de internacionalização / Internationalisation level

	%
Percentagem de alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Percentage of foreign students enrolled in the study programme	0
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Percentage of students in international mobility programs (in)	0
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Percentage of students in international mobility programs (out)	0
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Percentage of foreign teaching staff (in)	0
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Percentage of teaching staff in mobility (out)	33

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

6.3.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (redes de excelência, redes Erasmus).

A fraca mobilidade para estágios dos alunos deve-se ao facto da maioria já trabalhar, não querendo alterar a sua situação profissional. A fraca mobilidade para períodos de estudos, deve-se ao facto das candidaturas e o início do curso serem em fevereiro, pelo que os alunos só poderiam candidatar-se no 2º ano para o seguinte. Com o novo calendário previsto (setembro) espera-se superar este constrangimento.

Já no caso dos docentes existe mobilidade. Tem havido pelo menos 2 docentes por ano em Missões Erasmus+. 2 docentes do MGT colaboraram com a Univ. de Léon na coorientação de dissertações no European Master in Business Studies (consórcio em 4 países: Itália, França, Alemanha e Espanha). Vários docentes realizam investigação com docentes de Espanha, China, México, EUA, Brasil, França, Israel, Austrália, Alemanha e UK. Estão em curso projetos com docentes da Bournemouth University, UK, da Univ. de Salamanca, Espanha e da Curtin Business School, Austrália. (ver ponto 2 deste relatório)

6.3.2. Participation in international networks relevant to the study programme (networks of excellence, Erasmus networks).

MTM students' poor interest in internships abroad might be explained by the fact that most of them are already working and that they don't want to go through any change in their professional status. The fact that the application period and the beginning of the course both happen in February may explain the poor interest in students' mobility for studies purpose, since they could only apply for the following year.

As far as teachers are concerned, mobility is a reality. There have been at least 2 teachers/year involved in Erasmus+. 2 professors collaborated with the Univ. Léon in the joint supervision of 23 dissertations for the European Master in Business Studies.

Several teachers are currently conducting research with teachers from Spain, China, Mexico, USA, Brazil, France, Israel, Australia, Germany and the UK. Several projects with teachers from Bournemouth Univ., the Univ. of Salamanca and with the Curtin Business School, in Australia are currently underway. (2 in this report)

7. Organização interna e mecanismos de garantia da qualidade

7.1 Sistema interno de garantia da qualidade

7.1. Existe um sistema interno de garantia da qualidade certificado pela A3ES (S/N)?

Se a resposta for afirmativa, a Instituição tem apenas que preencher os itens 7.1.1 e 7.1.2, ficando dispensada de preencher as secções 7.2.

Se a resposta for negativa, a Instituição tem que preencher a secção 7.2, podendo ainda, se o desejar, proceder ao preenchimento facultativo dos itens 7.1.1 e/ou 7.1.2.

Não

7.1.1. Hiperligação ao Manual da Qualidade.

<https://drive.google.com/drive/folders/0B8umH4CfIIRNUE5xN285aG1SaUU?usp=sharing>

7.1.2. Anexar ficheiro PDF com o último relatório de autoavaliação do ciclo de estudos elaborado no âmbito do sistema interno de garantia da qualidade(PDF, máx. 500kB).

<sem resposta>

7.2 Garantia da Qualidade

7.2.1. Mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos e das atividades desenvolvidas pelos Serviços ou estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem, designadamente quanto aos procedimentos destinados à recolha de informação (incluindo os resultados dos inquéritos aos estudantes e os resultados da monitorização do sucesso escolar), ao acompanhamento e avaliação periódica dos ciclos de estudos, à discussão e utilização dos resultados dessas avaliações na definição de medidas de melhoria e ao acompanhamento da implementação dessas medidas.

O Instituto Politécnico de Viseu (IPV) tem implementado um sistema interno de garantia da qualidade (SIGQ), que vigora em toda a instituição e que usa como documento base, o manual de garantia da qualidade do IPV, documento de referência e de cumprimento obrigatório em toda a instituição.

A escola encontra-se representada pelo seu Presidente e pelo Presidente da Comissão de Avaliação e Qualidade da Unidade Orgânica, no órgão responsável por esta ação, o Conselho para a Avaliação e Qualidade (CAQ), pelo que participa na aprovação ou ratificação e na melhoria de todos os documentos de planeamento da qualidade na instituição, tais como: manual de garantia da qualidade, balanços da qualidade, relatórios de eficácia das unidades orgânicas, programas de auditorias, questionários e inquéritos à satisfação, entre outros.

Anualmente a escola disponibiliza, na plataforma Sistema Interno de Garantia da Qualidade, criada para o efeito, inquéritos aos estudantes e docentes sobre a lecionação de cada unidade curricular (UC).

Os serviços de apoio às atividades da Unidade Orgânica aplicam regularmente inquéritos à satisfação dos seus clientes (estudantes e docentes).

A escola elabora ainda, através dos seus docentes, os relatórios das unidades curriculares onde se apresentam o programa cumprido, os resultados da avaliação, trabalhos de investigação associados à UC, análise crítica do funcionamento da UC e propostas de melhoria/alteração, bem como os resultados dos inquéritos de satisfação dos estudantes com a UC.

No âmbito da verificação, a escola elabora, anualmente, o relatório de eficácia da mesma, de acordo com os critérios estabelecidos pelo sistema, que permite fazer uma análise do cumprimento dos diversos indicadores de desempenho, no âmbito da gestão da oferta formativa e da gestão das atividades formativas, bem como a elaboração de propostas de melhoria para os anos seguintes. Participa no processo de auditoria interna institucional, estando representada, tanto por docentes como por não docentes, na bolsa de auditores internos. Cabe também à escola o envio de informação relevante para a elaboração do balanço da qualidade da instituição, documento de monitorização da eficácia do sistema interno de garantia da qualidade, incluindo o grau de cumprimento de metas, o grau de satisfação obtido para os serviços de suporte e grau de implementação de correções, ações corretivas, ações preventivas e/ou de melhoria aprovadas pelo Conselho para a Avaliação e Qualidade.

7.2.1. Quality assurance mechanisms for study programmes and activities developed by the Services or support structures to the teaching and learning processes, namely the procedures intended for information gathering (including the results of student surveys and the results of school success monitoring), the periodic monitoring and assessment of study programmes, the discussion and use of these assessment results in the definition of improvement measures and the monitoring of these measures implementation.

The Polytechnic Institute of Viseu (IPV) has been implementing an internal quality assurance system (SIGQ) implemented in the entire institution. This system is based on IPV's quality assurance handbook, a reference document for the whole institution and whose compliance is mandatory.

The school is represented in the IPV Council for Evaluation and Quality (CAQ) by its President and by the President of the Committee for Evaluation and Quality of the Organic Unit and therefore participates in the approval or ratification and in the Improvement of all quality planning documents of the institution: the Quality Assurance Handbook, quality balance sheets, efficiency reports of the organic units, audit programmes, questionnaires and satisfaction surveys, among others.

Each year, the school will provide, through its Internal System of Quality Assurance platform, surveys to students and teaching staff on the teaching of each Curricular Unit (CU).

The services that give support to the activities of the Organic Unit regularly conduct surveys to check their clients' satisfaction (students and teachers). The school also produces, through its teachers, the curricular units reports, in which the completed programme, the evaluation results, the research work associated with the CU, the critical analysis of how the CU worked and any proposal for Improvement/revision are shown. The results of students' satisfaction surveys with the CU are also made available.

The school shall also produce an annual report of its effectiveness, in accordance with the criteria established by the system, which allows an analysis of the compliance of the various performance indicators that have to be taken into account when the management of the educational offer, the management of educational activities and the elaboration of proposals for improvement for the following years are concerned. The school takes part in the internal institutional audit process, being represented by both teachers and non-teachers who will act as internal auditors. It is also the school's role to send information that will be relevant to the elaboration of the quality evaluation of the institution, a document that will help monitor the effectiveness of the internal quality assurance system and that will include the degree of achievement of its goals, the degree of satisfaction allocated to the support services and the extent to which corrections, corrective actions, preventive and/or improvement actions approved by the Council for evaluation and quality have been fulfilled.

7.2.2. Indicação da(s) estrutura(s) e do cargo da(s) pessoa(s) responsável(eis) pela implementação dos mecanismos de garantia da qualidade dos ciclos de estudos.

O Presidente do IPV e o CAQ são os órgãos a quem cabe o planeamento e revisão do SIGQ.

A implementação dos mecanismos de garantia da qualidade na Escola é da responsabilidade do seu Presidente, apoiado pelos Vice-Presidentes e pela Comissão de Avaliação e Qualidade.

Compete ao Pessoal Docente assegurar o cumprimento do SIGQ. Contribuir para a elaboração e revisão da

documentação do SIGQ e promover a recolha da satisfação dos estudantes.

Compete ao Pessoal não Docente assegurar o cumprimento do SIGQ, garantir a recolha de informação para efeitos de monitorização e medição a fornecer ao Gestor da Qualidade e promover a recolha de sugestões, reclamações e/ou da satisfação de clientes.

Os Auditores da bolsa do IPV realizam as auditorias internas de acordo com o programa aprovado e com a ISO 19011.

7.2.2. Indication of the structure(s) and position of the responsible person(s) for the implementation of the quality assurance mechanisms of the study programmes.

The president of the IPV and the CAQ are the bodies responsible for the planning and revision of the SIGQ. The implementation of quality assurance mechanisms at school is the responsibility of its President, supported by the Vice-Presidents and by the Committee for Evaluation and Quality.

It is the teaching staff's responsibility to ensure the compliance of the SIGQ, to contribute to the elaboration and revision of the SIGQ documentation and to promote the recollection of the students' satisfaction.

It is the non-teaching staff's responsibility to ensure the compliance of the SIGQ, to ensure the collection of information that will be used for monitoring and management by the Quality Manager and to promote the gathering of suggestions, complaints and/or evidence of the customers' satisfaction.

IPV auditors conduct internal audits according to the approved programme and to the ISO 19011.

7.2.3. Procedimentos de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

A avaliação, cujo regulamento se encontra na ligação abaixo indicada, tem um caráter regular e realiza-se de três em três anos, salvaguardando-se os casos específicos, nomeadamente o dos docentes convidados. De uma forma global, o processo de avaliação dos docentes, suportado por uma plataforma informática, compreende as seguintes fases: a) Contratualização do perfil de desempenho no início de cada período de avaliação; b) Autoavaliação/relatório de atividades após o final do período de avaliação; c) Verificação da autoavaliação pelo relator, previamente nomeado pelo Conselho Técnico-Científico (CTC); d) Aprovação de uma lista de classificação provisória pelo CTC; e) Audiência prévia; f) Aprovação de uma lista de classificação final pelo CTC; g) Homologação da classificação final da avaliação de desempenho pelo Presidente do IPV; h) Reclamação. A fase a) visa estimular os docentes a planearem as atividades que contribuam para a sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

7.2.3. Procedures for assessing the teaching staff performance and measures leading to their ongoing updating and professional development.

The evaluation, whose regulation can be found in the following link, has a regular character and is carried out every three years, except for specific cases, like those concerning guest teachers. Globally, the teachers' evaluation process, supported by a computer platform, includes the following phases:

- a) The contracting process at the beginning of each evaluation period;*
- b) Self-assessment/Activity report after the end of the evaluation period;*
- c). Verification of self-assessment by the rapporteur who had been previously appointed by the Technical-Scientific Council (TSC);*
- D) Acceptance of a provisional classification list by the TSC;*
- e) Preliminary hearing;*
- f) Acceptance of a final classification list by TSC;*
- g) Validation of the final classification by the President of the IPV;*
- h) Complaint period.*

Phase a) aims to encourage teachers to plan the activities that will contribute to their permanent updating and professional development.

7.2.3.1. Hiperligação facultativa ao Regulamento de Avaliação de Desempenho do Pessoal Docente.

[*http://www.ipv.pt/secretaria/Regulamento_adpd.pdf*](http://www.ipv.pt/secretaria/Regulamento_adpd.pdf)

7.2.4. Procedimentos de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

O procedimento de avaliação é feito em conformidade com o previsto no Sistema Integrado de Avaliação de Desempenho da Administração Pública (SIADAP). No início do período de avaliação são contratualizados entre avaliador e avaliado objetivos e/ou competências. No final desse período é efetuada a autoavaliação e a avaliação final. Esta avaliação poderá ser objeto de parecer por parte da Comissão Paritária para a Avaliação. As avaliações são homologadas pelo Presidente do IPV, com o conhecimento do avaliado. O sistema de avaliação do desempenho permite a identificação do potencial de evolução e desenvolvimento dos trabalhadores e o diagnóstico das respetivas necessidades de formação pelo que o IPV, em função das necessidades identificadas, organiza formação ao longo do ano tendo em vista melhorar as qualificações do pessoal não docente.

7.2.4. Procedures for assessing the non-teaching staff and measures leading to their ongoing updating and professional development.

The evaluation procedure is carried out in accordance with the "Sistema Integrado de Avaliação de Desempenho da Administração Pública"(SIADAP) , the civil servants' evaluation system. At the beginning of the evaluation period, the person who will assess and the one who will be assessed agree on the objectives and the skills that will have to be assessed. At the end of this period, self-assessment and final evaluation are to be carried out. The Joint Evaluation Committee for Evaluation may have to issue an opinion on the outcome.

The assessment is then validated by the President of the IPV, and the assessed part will be informed of the result. The performance evaluation system allows the identification of the workers' potential for development and helps analize their training needs. That way, the IPV, according to the needs previously identified, will organize training actions all through the year, in order to improve the qualifications of its non-teaching staff.

7.2.5. Outras vias de avaliação/acreditação nos últimos 5 anos.

Não aplicável no caso do MGT.

7.2.5. Other means of assessment/accreditation in the last 5 years.

Non applicable in MTM.

8. Análise SWOT do ciclo de estudos e proposta de ações de melhoria

8.1 Análise SWOT global do ciclo de estudos

8.1.1. Pontos fortes

Forte empregabilidade na área do Turismo dos nossos alunos a nível nacional e regional, o facto do concelho de Viseu pertencer também ao Turismo do Porto e Norte de Portugal aumenta a esfera de influência para a empregabilidade.

Um número cada vez maior de diplomados deste curso criaram o seu próprio negócio ou ocupam lugares de direção o que poderá atrair mais alunos.

Biblioteca com salas de estudo e com horários bastante alargados e com bibliografia atual nas diferentes áreas do curso, coadjuvada pela B-on e pelo repositório Científico do IPV.

Existência na ESTGV de 1 Curso de licenciatura em Turismo, o que promove o prosseguimento dos estudos para o 2º ciclo.

O MGT não coloca à entrada restrições de área científica, permitindo uma maior aprendizagem pela partilha de experiências de alunos com formações académicas distintas.

O horário foi estabelecido em regime pós laboral, às 2ª e 3ª feiras de forma a dar oportunidade a quem trabalha na área do Turismo poder frequentar.

Estrutura curricular baseada na metodologia de projeto em que todas as UC's do 1º ano convergem para o trabalho final de Dissertação, Projeto ou Estágio do 2º ano.

Estrutura curricular com UC's maioritariamente prática que resultam na construção de instrumentos concretos: planos de financiamento, estratégias de marketing, planos de recursos humanos, planos estratégicos de negócio, estratégias de internacionalização e estudos de mercado.

Parte da estrutura curricular é apontada pelos empregadores como fundamental nesta atividade, nomeadamente, as áreas de produtos turísticos, estratégia e internacionalização e comportamento do consumidor e análise de dados.

Forte incentivo ao empreendedorismo e inovação patente nos trabalhos finais apresentados pelos alunos nas várias unidades curriculares e nos trabalhos finais de dissertação e projeto.

Componente científica altamente valorizada nos objetivos de várias UC's, de onde resultam artigos científicos conceituais e empíricos que são aceites em Congressos Científicos Internacionais.

Vários alunos têm publicações científicas, participam em Congressos Científicos Internacionais e em projetos científicos demonstrando a preparação obtida e a motivação para continuar a investigar.

Corpo docente com reputação na área científica, conseguida através de publicações relevantes, participação em Congressos Internacionais incluindo a organização de eventos científicos internacionais, prémios científicos e coordenação de projetos de investigação nacionais e internacionais financiados. Esta reputação traduz-se em convites para orientação e arguências de Dissertações e Teses em instituições nacionais e internacionais.

Reforço do corpo docente apenas com doutores e especialistas em Turismo e Gestão.

Mobilidade e Internacionalização dos docentes.

Relação de proximidade entre docentes e discentes.

Estabilidade dos docentes afetos ao ciclo de estudos: 100% tem ligação estável à instituição e mais de 92% dá aulas ao ciclo de estudos há mais de três anos.

8.1.1. Strengths

Students' strong employability in the tourism sector, both at a national and regional level.

An increasing number of MTM graduates have created their own business or hold a management position. This fact may attract more students.

ESTGV offers a College Degree in tourism, what might encourage students to choose a Master's degree in the same field.

Graduates from any scientific area are free to enroll, which fosters a greater learning through the sharing of experiences between students with very different backgrounds.

Classes take place at the beginning of the week (Mondays and Tuesdays) and after working hours. This will give the opportunity to those who are already working in the tourism sector to attend the course.

A structure following a philosophy of project in which all of the 1st year Curricular Units (CU's) will lead to a final work: a dissertation, a project or to the internship in the second year.

A structure with CU's clearly practical and lead to the construction of concrete instruments: construction of real financing plans, marketing strategies, human resources plans, strategic business plans, Internationalization strategies and market research.

Employers point out that a significant part of the Curricula is crucial in the tourist field, namely all learning areas that deal with tourist products, strategy and internationalization and consumers' behaviour and data analysis.

A strong entrepreneurial and innovative incentive which can be witnessed in the students' final works accomplished in their different CU's and in their thesis and final projects.

The scientific component is of great importance in the definition of the objectives set for the different CU's in which conceptual and empirical scientific articles are produced and then submitted and accepted to be presented at

international scientific conferences.

Several students and former students have published scientific papers, have participated in international scientific conferences and in scientific projects, which demonstrates their scientific preparation and their motivation to continue their research work in this field.

The excellent scientific recognition granted to the teaching staff, achieved through the various papers they had already published, their active participation in international conferences and organization of several international scientific events. These are teachers who have received scientific awards and who have coordinate national and international research projects.

This recognition has led to invitations to supervise Masters and PhD thesis, both in national and international institutions.

The improvement of the teaching staff which nowadays includes PhD and specialists in tourism and management only. Teachers' mobility and internationalization.

The close relationship that exists between teachers and students.

MTM teachers are stable: 100% have a stable connection to the institution and have been teaching in MTM for more than 3 years.

8.1.2. Pontos fracos

1. Várias UC's de opção num só semestre dificulta a possibilidade dos alunos, que o pretendem, frequentarem todas as UC's optativas oferecidas.
2. Estrutura curricular repartida por diversas áreas científicas: Gestão, Turismo, Marketing, Matemática, Engenharia Informática, Engenharia Civil e Psicologia.
3. O MGT Integra algumas UC's que já não dão resposta às necessidades atuais do mercado turístico.
4. Na opinião dos empregadores, faltam UC's que preparem os alunos para as exigências de comunicação pessoais e online, dos novos turistas mais exigentes e globais.
5. O MGT não tem sido atrativo para os alunos da Licenciatura em Turismo da ESTGV, que não vêm o MGT como um complemento formativo, devido à repetição de UC's, nomeadamente nas áreas do Marketing, Finanças e Ordenamento do Território.
6. Não estão contempladas UC's onde os alunos trabalhem os conhecimentos relacionados com as áreas da Cultura, Identidade e Património, algo fundamental na opinião dos empregadores. Desta forma, os alunos poderão olhar para os produtos e territórios nacionais e regionais como recursos fundamentais para alavancar novas estratégias e negócios turísticos.
7. Os alunos têm ainda pouca capacidade de problematização, na opinião dos empregadores. Necessitam de ganhar competências para olharem para o mercado de forma crítica propondo e criando novas estratégias e oportunidades de negócio.
8. Fraco nível de internacionalização na mobilidade de estudantes, devido sobretudo ao facto do Mestrado ter início em fevereiro de cada ano civil, o que invalida as candidaturas, como já foi referido no ponto 6.3.2.
9. Número elevado de alunos que não terminam a componente curricular ou que terminando esta não prosseguem para Dissertação/Projeto/Estágio para concluir o Mestrado.
10. Número reduzido de bolsas de intercâmbio Erasmus quer para docentes, quer para alunos.

8.1.2. Weaknesses

Master's course with the following characteristics:

- 1.-Several optional CU's in one semester, which makes it difficult for students to attend all the optional CU's offered.
- 2- A syllabus structure divided into too many scientific fields: Management, Tourism, Marketing, Mathematics, Computer Engineering, Civil Engineering and psychology.
- 3-It still includes some CU's that no longer meet the current needs of the tourist market.
- 4-In employers' opinion, there are not enough CU's able to prepare students for the new demands in personal and online communication sought by the new and more demanding global tourists.
- 5- This Master's degree has failed to attract students who already have a ESTGV Tourism Degree. They don't see it as a valid formative complement because of the repetition of certain CU that are part of Marketing, Finance and Land Planning syllabuses.
- 6-There are no CU's where students can develop a kind of knowledge associated with culture, identity and heritage areas, a knowledge employers believe students should master. This way, students will be able to look at national and regional products and territories as fundamental resources to develop new tourism strategies and businesses.
- 7-In employers' opinion, students still lack the capacity to question. They need to gain skills that will enable them to look at the market in a critical way so they can create new strategies and business opportunities.
- 8-Poor level of international student mobility. This is mainly due to the fact that the Master's starts in February of each calendar year, which makes it impossible for students to apply for any international project, as it has already been mentioned in point 6.3.2
- 9 A large number of students who do not complete their curricular studies or do not complete their Master's degree through the presentation of their dissertation/project or through their internship.
10. A small number of Erasmus exchange grants, either for teachers or for students.

8.1.3. Oportunidades

- Aumento do número de alunos inscritos no ensino superior (público e privado) nos 3 últimos anos (Público, 2017).
- Crescimento do mercado turístico em Portugal nos últimos anos. Desde 2013 o número de chegadas tem tido uma variação acima dos 10%, tendo em 2016 atingido acima de 11 milhões de chegadas turísticas. O mesmo se traduz nas receitas que têm crescido de forma sustentada nos últimos anos, tendo chegado aos 14 milhões USD em 2016 (WTO, 2017).
- Tendência de crescimento sustentado do mercado turístico português, registando-se em 2016, um crescimento de 13% (UNWTO, 2017).
- O crescimento turístico verificado em 2016 aconteceu em todas as regiões e ao longo de todo o ano, assumindo

assim uma importância crescente no desenvolvimento regional (Estratégia Turismo 2027).

Posicionamento estratégico da marca “Destino Portugal” com a conquista de vários prémios internacionais. Só em 2017 Portugal ganhou 6 prémios internacionais nos World Travel Awards: Portugal Melhor Destino Turístico; Lisboa Melhor Destino Citybreak; Madeira Melhor Destino Insular; Parques de Sintra-Monte da Lua Melhor Exemplo de Recuperação de Património; Turismo de Portugal Melhores Campanhas de Promoção Turística e Melhor Organização de Turismo.

Imagen de Portugal como um destino turístico de qualidade e seguro, traduzido no aumento exponencial de chegadas turísticas. De facto, Portugal foi considerado como o 3º país mais seguro do mundo em 2017 (GPI, 2017) sendo este, atualmente, um enorme atrativo turístico.

- Posicionamento estratégico da marca “Centro de Portugal” com a conquista de prémios nomeadamente ao nível dos seus filmes promocionais. Esta região tem crescido exponencialmente ao nível das chegadas.

- A estratégia para Portugal 2027 passa por vários aspectos criadores de oportunidades:

- . Aumento e qualificação dos recursos turísticos e infraestruturas, dos agentes de animação turística e do alojamento.

- . Necessidade de ativos que enriquecem a experiência turística e/ou acrescentam valor à oferta dos territórios, alavancados pelos ativos diferenciadores do destino.

- . Necessidade de conhecimento e informação sobre a atividade turística.

- . Existência de produtos turísticos pouco estruturados.

- . Crescente procura de destinos que ofereçam experiências diversificadas, autênticas e de qualidade.

- . Necessidade de recursos humanos altamente qualificados na área do Turismo para responderem a diferentes mercados e segmentos

- . Oportunidades de financiamento para a área do Turismo, como a Linha de apoio Valorizar – Programa de apoio à valorização e qualificação do destino, que integra a Linha de apoio ao turismo acessível; Linha de apoio à sustentabilidade, entre outras.

- . Existência de programas nacionais de atração de investidores, como o Programa Nacional para a Coesão Territorial.

8.1.3. Opportunities

An increase in the number of students enrolled in higher education institutions (public and private) these last 3 years (Público, 2017).

The growth of the tourist market in Portugal in recent years. Since 2013 the number of arrivals has had a variation above 10%. In 2016, the country received more than 11 million tourists. These figures have had a huge impact on revenues: they have grown in a sustained way these last years, having reached 14 million USD in 2016 (WTO, 2017).

A sustained growth trend of the tourist market in Portugal. In 2016, a growth of + 13% was recorded (UNWTO, 2017)

The tourist growth that has been observed in 2016 happened in all the regions and throughout the year, thus becoming an increasing factor in regional development (Estratégia Turismo 2027).

The strategic positioning of the "Destination Portugal" brand, notably in recent years with several international awards for Portugal and for specific destinations. In 2017 only, Portugal won 6 international awards at the World Travel Awards: Portugal as the best tourist destination in the world; Lisbon as the best Citybreak in the world; Madeira stands out as the best Insular destination; the Sintra-Monte da Lua Parks were awarded the Academy Award for best example of heritage recovery; Best tourist promotion campaigns and the Best Tourism Organization in the world for "Turismo de Portugal".

The image of Portugal as a quality and safe tourist destination has been leading to an exponential increase of tourist arrivals. In fact, Portugal was considered to be the third safest country in the world in 2017 (GPI, 2017) and is currently a huge tourist attraction.

Strategic positioning of the brand "Centro de Portugal" which has won several awards for its promotional films. The number of tourist arrivals in this region has been growing exponentially.

The strategy for Portugal 2027 promote new opportunities:

- The increase and qualification of tourist and infrastructure resources, of tourist entertainment agents and of accommodation.

- The need to develop assets that will enrich the tourist experience and/or add value to what countries have to offer, boosted by the assets that make a destination different from the others.

- The need for knowledge and information on tourist activity.

- The existence of low-structured tourist products.

- Increasing demand for destinations that offer diverse, authentic and quality experiences.

- The need for highly skilled human resources in the tourism sector in order to meet the different markets and segments' expectations.

- The existence of funding opportunities to help tourist activities, such as the "Valorizar" support line, a programme created to support the promotion and qualification of the tourist destination and that integrates the accessible tourism support line and the sustainability support line, among others.

- The existence of national programmes created to attract investors, such as the National programme for Territorial cohesion.

8.1.4. Constrained

- Fraco crescimento demográfico o que se traduz em poucos alunos potenciais.

- Baixos salários ainda praticados neste setor o que poderá desmotivar os técnicos com formação superior.

- Precariedade dos contratos de trabalho em Portugal.

- Sazonalidade de alguns negócios turísticos na região nas áreas de animação turística, hotelaria e restauração.

- Formação em turismo socialmente pouco valorizada.

- Pouca territorialização da política nacional de Turismo.

- Dificuldade em comprometer interlocutores em torno de setores cruciais para o Turismo e gerar conhecimento em áreas sensíveis.

- Falta de investimento (nomeadamente por parte da FCT) dos Centros de Investigação, consequentemente para investigação.

- A situação económica que as Instituições de Ensino Superior vivem e a consequente redução de apoio financeiro o

que se traduz numa elevada carga letiva, falta de apoio à investigação e participação dos docentes em Congressos Internacionais.

8.1.4. Threats

- The weak demographic growth that affects the country and that limits the amount of potential students.
- The low wages offered in this sector that can discourage skilled workers with a higher education.
- The precarious employment contracts in Portugal.
- The seasonality of some tourist business in the region, in fields such as tourist animation, hotels and restoration.
- Tourism higher education and training is still socially undervalued.
- The poor territorialization of the national tourism policy.
- The difficulty the industry has in engaging different interlocutors in sectors that are crucial for tourism and in generating knowledge in sensitive areas.
- The lack of investment (notably on the part of FCT) of research centres that will affect research projects.
- The economic situation that higher education institutions live in and the consequent reduction of financial support which causes heavy teaching schedules, an insufficient support granted to research and to the participation of teachers in international conferences.

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2. Proposta de ações de melhoria

8.2.1. Ação de melhoria

Para cada ponto fraco identificado em 8.1.2 propomos uma ação de melhoria identificada com o número correspondente.

1. Alteração na estrutura curricular com a colocação de duas UC's de opção em cada semestre letivo.
2. Convergência da estrutura curricular para que todas as UC's estejam nas duas áreas fundamentais do Mestrado: Gestão e Turismo.
3. Foram retiradas UC's consideradas pelos empregadores e alunos como sendo desadequadas à realidade atual, nomeadamente E-Turismo que foi convertida numa UC mais abrangente na área da Comunicação e Novas Tecnologias, Gestão e Ordenamento do Território de Áreas Turísticas foi retirada e incluído um módulo numa outra UC.
4. Propõe-se que a UC de E-Turismo seja convertida numa UC mais abrangente na área da Comunicação e Novas Tecnologias, para além disso, na UC de Gestão de Pessoas, Liderança e Gestão de Equipas será introduzido um módulo de Comunicação Interpessoal de forma a preparar os alunos para as novas exigências do mercado nas áreas da Gestão de Pessoas e Comunicação.
5. Propõe-se retirar, transformar ou converter essas UC's obrigatorias em UC's de opção. São os casos de Marketing de Produtos Turísticos e Marketing de Destinos que foram convertidas numa única UC que optativa, Análise de Viabilidade e Financiamento de Projetos Turísticos, da área das Finanças foi convertida em UC de opção, a UC de Gestão e Ordenamento de Áreas Turísticas foi retirada e incluído um módulo sobre este tópico numa nova UC.
6. Foi introduzida na proposta do novo plano, a UC de Território, Identidade e Cultura que dotará os alunos de conhecimentos sobre as características identitárias, património material e imaterial e produtos endógenos nacionais e regionais para que reconheçam naqueles os verdadeiros recursos para a atração de turistas.
7. As Uc's de Estratégia e Inovação em Turismo e Internacionalização em Turismo foram convertidas numa única UC para que os alunos analisem o mercado de forma mais crítica e vejam a internacionalização como uma estratégia natural para os negócios turísticos. Por outro lado, foram introduzidas as novas UC's de Planeamento e Desenvolvimento de Produto e Destinos Turísticos I e II para responder à necessidade apontada pelos empregadores de dotar os alunos de uma maior capacidade de problematização e proposta de novas estratégias e negócios turísticos.
8. Propõe-se a mudança da data de início de Mestrado em Gestão Turística para setembro
9. Espera-se que o novo calendário e a nova estrutura curricular sejam mais adequadas às necessidades e expectativas dos alunos.
10. Demonstrar junto da direção do IPV a importância da internacionalização, contudo, no corrente ano o IPV já reforçou o número de bolsas de mobilidade para docentes e alunos.

8.2.1. Improvement measure

For each weak point identified in 8.1.2 we suggest an improvement action identified with the corresponding number.

1-The syllabus will have to undergo some changes and each semester will include only two optional CU's.

2. The convergence of the curricular structure so that all CU's become part of the 2 key areas of the Master's degree: Management and tourism.

3-Some CU's deemed unsuitable by employers and students were removed. E-tourism, for instance, was converted into a broader CU and became part of the Communication and New Technologies field; the Management and Land Planning of Tourist Areas CU was removed and turned into a module for another CU.

4-We suggest that the E-tourism CU should be converted into a broader Communication and New Technologies CU. In addition, in the Personnel Management, Leadership and Team Management CU an Interpersonal Communication module will be designed so the students could be ready to meet the new demands of the market in People Management and Communication.

5. It was suggested that mandatory CU should be removed, transformed or converted into optional CU's. Those are the cases of the "Tourist Products Marketing and Destinations Marketing" that were converted into a single optional CU; the "Viability Analysis and Financing of Tourism Projects" belonging to Finance, was converted into an optional CU as well; the "Management and Planning of Tourist Areas" was removed and a module dealing with this topic was created in a new CU.

6-The “Territory, Identity and Culture” is now part of the new plan of studies, a CU that will provide the students with the adequate knowledge about identity characteristics, material and immaterial heritage and endogenous national and regional products so they can understand that those are the true resources that will bring tourists to our country.

7-“Strategy and Innovation in Tourism” and “Internationalization in Tourism” were converted into a single CU in which students will analyse the market in a more critical way and experience internationalization as a natural strategy for tourist business. On the other hand, the new “Product Planning and Development and Tourist Destinations I” and II were created to provide students with a higher questioning capacity and to enable them to suggest new tourist strategies and businesses, thus meeting the employers’ expectations.

8-The beginning of the MTM will take place in September.

9- We hope that the new calendar and the new syllabus structure will be more suitable to the students’ needs and expectations.

10- We have to show IPV Management how important internationalization is. We must nonetheless admit that the institution has already increased the number of mobility grants for students and teachers.

8.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Para todas os pontos fracos, à exceção dos três últimos, as ações de melhoria propostas são consideradas de prioridade alta, são o que sustentam a proposta de reestruturação do Mestrado em Gestão Turística apresentada no ponto 9. do presente relatório, pelo que o tempo de implementação é aquele que a partir do qual a proposta será aceite e validada.

Quanto aos pontos fracos indicados da fraca nível de internacionalização ao nível da mobilidade de estudantes e da fraca adesão dos licenciados em turismo no Mestrado em Gestão Turística devido à data de início de Mestrado, a prioridade é alta pra ambos e será resolvida na próxima edição com a abertura do Mestrado em setembro e não em fevereiro conforme tem sido até aqui.

Quanto ao ponto fraco indicado do excesso de horas e trabalho burocrático dos docentes, considera-se ser de prioridade alta mas não se consegue prever um tempo de implementação, porque não se sabe ao certo como se pode resolver esta questão.

8.2.2. Priority (High, Medium, Low) and implementation timeline.

For all weaknesses, except for the last two, the improvement actions suggested are high priority steps. They support the reorganization of the Master's degree in Tourist Management presented in point 9 of this report and the implementation will start as soon as the proposal is accepted and validated.

The weaknesses detected in the students' international mobility and in the lack of interest of Tourism graduates in enrolling the Master's degree in Tourist Management due to its late start are to be addressed urgently and will be resolved in the next Edition of the Master's degree, since it will start in September and not in February as it has been so far.

The teachers' excessive teaching hours and bureaucratic work is considered a high priority but we can't tell when this measure will be implemented, because a solution hasn't been found yet.

9.1.3. Indicadores de implementação

Os indicadores a considerar para medir os resultados da aplicação das ações de melhoria através da implementação da nova proposta serão, numa primeira fase, através de reuniões frequentes (antes, durante e no final de cada semestre), com os alunos e com o corpo docente. Numa segunda fase, e já com diplomados ao abrigo da reestruturação proposta, far-se-ão reuniões com os ex-alunos e com as entidades empregadoras. Não obstante, de registar que o contacto próximo e permanente com os alunos e com o corpo docente do Mestrado em Gestão Turística tem sido uma ação regular desde a 1ª edição.

9.1.3. Implementation indicators

The indicators that have to be taken into account to measure the results of the implementation of the improvement actions (once the new proposal is implemented) will be assessed, in a first phase, through frequent meetings (before, during and at the end of each semester) held with the pupils and with the teaching staff.

In a second phase, the meetings will be held with graduates who had experienced the new and reorganized syllabus. Meetings will then be held with former students and with employers. Nevertheless, it should be noted that the close and permanent contact with the students and the teaching staff of the Master's degree in Tourist Management has been a regular action since its first edition.

9. Proposta de reestruturação curricular (facultativo)

9.1. Alterações à estrutura curricular

9.1. Síntese das alterações pretendidas e respectiva fundamentação

Designação da UC “Análise Estrutural do Turismo” para “Análise Estrutural e Tendências do Turismo”, e da UC de Análise e Viabilidade e Financiamento de Projectos Turísticos” para “Gestão e Avaliação de Projetos” para alargar o espectro dos conteúdos e, consequentemente, as competências dos alunos;

Introdução da UC de “Comunicação e Novas Tecnologias” pela conversão da UC “E-Tourism” para preparar os alunos para as exigências de comunicação pessoais e online tendo em conta as novas tendências de mercado, as novas tecnologias e a sociedade de informação.

Fusão dos conteúdos de “Marketing de Produtos” e “Marketing de Destinos” na UC de “Marketing de Produtos e Destinos” e convertê-la para opção. Pelo facto da Licenciatura em Turismo na mesma Instituição já ter duas UC's obrigatórias de Marketing.

Introdução da UC “Território, Identidade e Cultura”, para colmatar os fracos conhecimentos relacionados com as áreas da Cultura, Identidade e Património referidas pelas entidades empregadoras e pelos alunos.

Fusão das UC's “Estratégia e Inovação em Turismo” e “Internacionalização em Turismo” em “Estratégia e Competitividade em Mercados Globais”, de forma aos alunos adquirirem competências na proposta de criação e desenvolvimento de novas estratégias e oportunidades de negócio perspetivando a internacionalização como uma estratégia natural para os negócios turísticos.

Introdução de 2 novas UC's de Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos I e II para dotar os alunos de uma maior capacidade de problematização e proposta de novas estratégias e negócios turísticos, potenciando a inovação e o empreendedorismo, respondendo às necessidades apontadas pelos empregadores.

Retirar a UC de “Gestão e Ordenamento do Território de Áreas Turísticas” e inserir parte dos seus conteúdos na nova UC de Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos I., dado que esta nova UC já integra conhecimentos de gestão do território.

Alteração do carácter obrigatório para optativo da UC de Análise de Viabilidade e Financiamento de Projetos Turísticos, dado esta responder mais à modalidade de Projeto do que Dissertação, deixando assim a opção aos alunos.

Propõe-se a distribuição das quatro UC's de opção pelos dois semestres equitativamente. Esta medida tem a ver com um dos pontos fracos apontados ao ciclo de estudos (ponto 1).

Focalizar a estrutura curricular nas duas áreas científicas fundamentais do Mestrado: Gestão 30% (36 ECTS) e Turismo 70% (84 ECTS). Tendo em conta as alterações à legislação ocorridas desde a última reformulação do plano de estudos e indo ao encontro do estabelecido no Dec-lei n.º 63/2016, de 13 de setembro, que altera e republica o Dec-Lei n.º 74/2006, de 24 de março.

Estas alterações baseiam-se na análise SWOT ao ciclo de estudos, apresentada no ponto 8. do presente relatório. De registar que a proposta de reestruturação não implica alteração da designação, duração e objetivos do ciclo de estudos.

9.1. Synthesis of the intended changes and their reasons.

The "Structural Analysis of Tourism" will become "Structural Analysis and Tourism Trends", and "Analysis, Feasibility and Financing of Tourism Projects" to "Projects' Management and Evaluation" in order to broaden the spectrum of programmatic content and the students' skills.

Introduction of "Communication and new technologies" replacing "E-tourism" in order to prepare students to master personal and online communication requirements taking into account new trends, more demanding and global new tourists, the new technologies and the information society.

The content of "Product Marketing" and "Destination Marketing" will merge into a single "Product and Destination Marketing" that will be converted into an optional CU. This because the Degree in Tourism offered already has two Marketing mandatory CU's.

Introduction of "Territory, Identity and Culture" to overcome students' weak knowledge regarding Culture, Identity and Heritage fields that employers have been pointing out.

The "Strategy and Innovation in Tourism" and "Internationalization in Tourism" will merge into "Strategy and Competitiveness in Global Markets", so that students may acquire skills that will enable them to design and develop new strategies business opportunities giving internationalization the role it deserves as a natural strategy for tourism business.

We also suggest the introduction of two new CU's: "Planning and Development of Products and Tourism Destinations" I and II to provide students with a greater capacity for questioning and for putting forward new strategies and tourism businesses, encouraging innovation and entrepreneurship thus meeting the employers' expectations and needs.

The "Management and Land Planning of Tourist Areas" will be removed and part of its content will become part of the new "Planning and Development of Products and Tourism Destinations I", since this new CU already integrates notions related to the management of the Territory.

The "Viability Analysis and Financing of Tourism Projects" will become optional, since it is a more project-based not suitable to students who want make a dissertation.

We suggest the existence of four optional CU's equitably distributed throughout the 2 semesters. This measure has to do with one of the weaknesses MTM would have to overcome (point 1).

The convergence of the Curricular Structure so that all CU's become part of the two key areas of the Master's degree: Management 30% (36 ECTS) and Tourism 70% (84 ECTS). Taking into account the legal changes occurred since the last reformulation of the study plan and in accordance with D.Law 63/2016 of September 13th, which amends and republishes of D.Law 74/2006 of March 24th.

These amendments are based on the SWOT analysis of MTM whose results had already been presented in point 8 of this report.

It should be made clear, nonetheless, that this reorganization proposal does not imply a change in the designation, duration and objectives of the Cycle of Studies.

9.2. Nova estrutura curricular pretendida (apenas os percursos em que são propostas alterações)

9.2.

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

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

9.2.2. Nova estrutura curricular pretendida / New intended curricular structure

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Optativos / Optional ECTS*
Turismo	TUR	84	0
Gestão	GEST	24	12
(2 Items)		108	12

9.3. Novo plano de estudos

9.3. Novo Plano de estudos - - 1º/1º

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

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

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

1º/1º

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:

1st/1st

9.3.3 Novo plano de estudos / New 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)
Análise Estrutural e Tendências em Turismo	TUR	Semestral	159	TP-32	6	
Comportamento do Consumidor em Turismo	TUR	Semestral	159	TP-32	6	
Território, Identidade e Cultura	TUR	Semestral	159	TP-32	6	
Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos I	GEST	Semestral	159	TP-32	6	
Gestão de Pessoas, Liderança e Gestão de Equipas	GEST	Semestral	159	TP-32	6	Opção
Marketing de Produtos e Destinos Turísticos	GEST	Semestral	159	TP-32	6	Opção
(6 Items)						

9.3. Novo Plano de estudos - - 1º/2º

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

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

9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

9.3.2. Curricular year/semester/trimester:*1st/2nd***9.3.3 Novo plano de estudos / New 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 em Turismo	TUR	Semestral	159	TP-16;PL-16	6	
Comunicação e Novas Tecnologias em Turismo	GEST	Semestral	159	TP-16;PL-16	6	
Estratégia e Competitividade em Mercados Globais	GEST	Semestral	159	TP-32	6	
Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos II	GEST	Semestral	159	TP-32	6	
Gestão e Avaliação de Projetos	GEST	Semestral	159	TP-32	6	Opção
Gestão de Operações e Qualidade em Serviços Turísticos	GEST	Semestral	159	TP-32	6	Opção
(6 Items)						

9.3. Novo Plano de estudos - - 2º**9.3.1. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):**
*<sem resposta>***9.3.1. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**
*<no answer>***9.3.2. Ano/semestre/trimestre curricular:***2º***9.3.2. Curricular year/semester/trimester:***2nd***9.3.3 Novo plano de estudos / New 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)
Dissertação/Projeto/Estágio TUR		Anual	1590	OT:78	60	
(1 Item)						

9.4. Fichas de Unidade Curricular**Anexo II - Análise Estrutural e Tendências em Turismo****9.4.1. Designação da unidade curricular:***Análise Estrutural e Tendências em Turismo***9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):***Carla Maria Alves da Silva Fernandes (TP:16)***9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:***Cristina Maria Jesus Barroco Novais (TP:16)***9.4.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***Pretende-se fornecer as bases conceptuais e metodológicas para que o aluno adquira uma perspetiva crítica, holística e integrada do turismo, tendo em conta o contexto económico, cultural e social atual.*

Concretamente pretende-se que o aluno adquira:

- Capacidade de compreensão das dinâmicas atuais da atividade turística;
- Capacidade de análise das problemáticas e tendências do turismo;
- Capacidade de identificação, caracterização e análise das formas alternativas de turismo;
- Capacidade de atuação num contexto global e de diversidade cultural;
- Capacidade de análise dos determinantes de procura e atratividade turística;
- Capacidade de aplicação dos conhecimentos a contextos plurinstitucionais e a domínios informais;
- Capacidade de observação, pesquisa e investigação das temáticas abordadas.

9.4.4. 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 perspective of tourism, taking into account the current economic, cultural and social context.

Specifically, we want the student to acquire:

- The ability to understand the current dynamics of tourism activity;
- The capacity to analyse tourism problems and trends;
- The ability to identify, characterize and analyse alternative forms of tourism;
- The ability to act in a global and cultural diversity context;
- The capacity to analyse what determines and attracts tourist;
- The ability to apply knowledge to multi-institutional contexts and informal domains;
- The ability to observe and look for information about the topics covered.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

I. Análise social

I.1. Atitudes, valores e estilos de vida

I.2. Novas necessidades e motivações sociais

I.3. Novos consumos em Turismo

II. Aspetos conceptuais do Turismo

II.1. Turismo: Definições e conceitos

II.2. A Oferta Turística

II.3. A Procura Turística

III. O Sistema do Turismo

III.1. Análise estrutural do setor

III.2. Características económicas do Turismo

III.3. Indicadores de avaliação

IV. O setor do Turismo em Portugal

IV.1. Evolução histórica

IV.2. A organização do setor

IV.3. O papel das Áreas Regionais de Turismo

IV.4. Referencial Estratégico para o Turismo: Estratégia Turismo 2027

V. Tendências e formas emergentes de Turismo

V.1. Principais tendências socioeconómicas e impactos a nível turístico

V.2. Modelos turísticos – 3S's, 3 L's, 3 E's e 4 L's

V.3. Formas alternativas de Turismo

V.3.1. Novos mercados, novos destinos e novos produtos turísticos

9.4.5. Syllabus:

I. Social analysis

I. 1. Attitudes, values and lifestyles

I. 2. New needs and social motivations

I. 3. New purchases in tourism

II. Tourism conceptual aspects

II. 1. Tourism: Definitions and concepts

II. 2. The tourist offer

II. 3. The tourist demand

III. The Tourism system

III. 1. Structural analysis of the sector

III. 2. Economic characteristics of tourism

III. 3. Evaluation indicators

IV. The tourism sector in Portugal

IV. 1. Historical evolution

IV. 2. The organization of the sector

IV. 3. The role of regional tourism areas

IV. 4. Strategic framework for tourism: "Estratégia Turismo 2027"

V. Emerging trends and forms of tourism

V. 1. Major socio-economic trends and the impact in tourism

V. 2. Tourist models – 3S's, 3 L's, 3 E's and 4 L's

V. 3. Alternative forms of tourism

V. 3.1. New markets, new destinations and new tourist products

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

Abordar os conteúdos programáticos no âmbito da análise estrutural do turismo, nomeadamente em conhecer os fatores 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 atuais da atividade turística. Por outro lado, conhecer as novas tendências do turismo numa conjuntura global e internacional, possibilita ao aluno a aquisição de uma atitude proativa, de atuação e aplicação dos conhecimentos e aptidões ao setor turístico.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

Addressing the contents of the syllabus in a perspective that will focus on the structural analysis of tourism that will enable us to know the factors that have been critical in the evolution of tourism and which have made it a global scale economic, social and cultural phenomenon, allows the student to understand the dynamics and current problems of tourist activity.

On the other hand, knowing tourism new trends in a global and international perspective enables the student to acquire a proactive attitude, to act and to apply the knowledge and skills previously acquired to the tourist sector.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia assentará na lecionação de aulas teórico-práticas:

- Os conteúdos teóricos serão transmitidos com apoio de apresentações powerpoint, acompanhadas do contacto com exemplos práticos de tipos de turismo/destinos turísticos.
- Os conteúdos práticos serão transmitidos com recurso aos métodos ativos: aos alunos será pedido para elaborarem:
 - a) dois trabalhos práticos a desenvolver durante as aulas;
 - b) um artigo científico numa qualquer temática turística à escolha.

Metodologia de Avaliação:

1. Época Normal:

- Trabalhos práticos realizados em aula: 20%
- Elaboração do artigo científico: 80% (*)

(*) O aluno irá elaborar individualmente um artigo científico fazendo o levantamento do estado de arte do tema escolhido. O artigo deverá ter os seguintes pontos: Introdução; Revisão da Literatura; Conclusão; Bibliografia

2. Época de Recurso e seguintes:

- Elaboração do artigo científico: 100%

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching method is based on the teaching of theoretical and practical classes:

- The theoretical contents will be taught with the support of PowerPoint presentations, completed with practical examples of tourism types/tourist destinations
- The practical contents will be taught using active methods: Students will be asked to carry out:

A. Two practical tasks to be carried out during classes;

B. A scientific article on a chosen tourist theme.

Assessment methodology:

1. Regular assessment period:

- Practical work performed in class: 20%
- Preparation of the scientific paper: 80% (*)

(*) The student will individually draw up a scientific paper mapping the state of the art of the theme they had chosen. The article should follow this structure: introduction; Literature review; Conclusion; References

2. Extraordinary Assessment period and following:

- Elaboration of the scientific paper: 100%

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Através do contacto com exemplos práticos de tipos de turismo/destinos turísticos com pesquisa científica associada, os alunos ficam mais aptos a construir uma perspetiva crítica, holística e integrada do turismo, bem como a aquisição das competências necessárias à elaboração de um artigo científico, quer do ponto de vista da forma, quer do conteúdo.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Through the contact with practical examples of the different types of tourism and of tourist destinations and supported with the right scientific research, students will become more able of building a critical, holistic and integrated perspective of tourism and will acquire the skills they will need to create a scientific paper that will meet all the requirements, both in its form and contents.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- Costa, C. Panyik, E. & Buhalis, D. (2014). European tourism planning and organization systems: The EU member states. London: Channel View Publications.
- Cunha, L. & Abrantes, A. (2013). Introdução ao turismo. (5^a ed.). Lisboa: Lidel Edições Técnicas.
- Kozak, M. & Kozak, N. (2013). Tourism research: An Interdisciplinary perspective. UK: Cambridge Scholars Publishing.
- Reisinger, Y. (2009). International tourism: Cultures and behavior. Oxford: Butterworth Heinemann/Elsevier.
- Robinson P. (2012) Tourism: The key concepts. Oxford: Routledge.

- Turismo de Portugal, I. P. (2017). Estratégia turismo 2027 – Liderar o turismo do futuro. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.*
- Urry, J. (2002). The tourist gaze (2nd ed.). Londres: Sage.*
- Woodside, A. & Martin D. (2008). Tourism management analysis, behaviour and strategy. Cambridge: CAB International.*

Anexo II - Comunicação e Novas Tecnologias em Turismo

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Comunicação e Novas Tecnologias em Turismo

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Suzanne Fonseca Amaro (TP:08; PL:08)

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira (TP:08; PL:08)

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

Pretende-se com a unidade curricular de Comunicação e Novas Tecnologias que o aluno:

1. *Entenda o consumidor como o centro do processo de tomada de decisão turística mas também como principal influenciador para outros consumidores;*
2. *Identifique a importância da comunicação e novas tecnologias em todas as etapas da compra turística;*
3. *Reconheça o novo perfil da oferta turística com uma crescente desintegração das vendas através dos canais online de distribuição;*
4. *Analise o novo perfil do mercado turístico simultaneamente como produtor, ator e espetador de conteúdos de informação e comunicação;*
5. *Reconheça a comunicação como um fator fundamental de competitividade no mercado turístico global.*
6. *Seja capaz de elaborar uma política de comunicação para qualquer produto ou serviço turístico, enquadrada numa estratégia de competitividade num mercado globalizado.*

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

With this Curricular Unit we want the student to:

1. *Understand that the consumer is, not only the centre of the tourist decision-making process, but also the main influence on other consumers';*
2. *Identify the importance of communication and new technologies at all stages of tourist purchases;*
3. *Recognize the new profile of the tourist offer which is influenced by a growing disintegration of sales through the numerous online distribution channels;*
4. *Analyse the new profile of the tourist market simultaneously as producer, actor and information and communication content viewer;*
5. *Recognize communication as a fundamental competitiveness factor within the global tourist market.*
6. *Be able to draw up a communication policy for any tourist product or service that will be part of a competitiveness strategy within a globalised market.*

9.4.5. Conteúdos programáticos:

Módulo I

A importância da comunicação no novo mercado turístico global

1. *A Procura: Perfil do novo consumidor em turismo*
2. *A Oferta: desafios estruturais e as novas soluções tecnológicas nos vários setores do turismo*

Módulo II

1. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no Turismo

- 1.1. *Definições e Conceitos*
- 1.2. *A evolução das TIC*
- 1.3. *Investigação na área do e-Turismo*
- 1.4. *A interação dinâmica entre TIC e Turismo*

2. As tendências do e-Tourism

- 2.1. *A compra de viagens online e a economia de partilha (Sharing Economy)*
- 2.2. *As redes sociais na área do Turismo*
- 2.3. *Smart Cities e Realidade Aumentada*

Módulo III

1. Introdução à Comunicação Integrada

2. *O papel da Comunicação na estratégia das organizações em Turismo*
3. *Desenvolvimento de estratégias de Comunicação em Turismo*

4. Monitorização, avaliação e controlo de estratégias de Comunicação em Turismo

9.4.5. Syllabus:

Module I***The importance of communication in the new global tourist market***

1. ***The demand: the new tourism consumer's profile***
2. ***The offer: Structural challenges and new technological solutions in the different tourism sectors***

Module II***1. Information and Communication Technologies (ICT) in tourism***

- 1.1. ***Definitions and concepts***
- 1.2. ***The evolution of ICT***
- 1.3. ***Research in the field of e-tourism***
- 1.4. ***The dynamic interaction between ICT and tourism***

2. The trends of e-tourism

- 2.1. ***The purchase of online travel and Sharing Economy***
- 2.2. ***Social networks in the field of tourism***
- 2.3. ***Smart Cities and Augmented Reality***

Module III

1. ***Introduction to Integrated Communication***
2. ***The role of communication in the strategy of Tourism organizations***
3. ***Development of communication strategies in Tourism***
4. ***Monitoring, evaluation and control of communication strategies in tourism***

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

O módulo I do programa permitirá aos alunos adquirir as competências previstas nos três primeiros objetivos definidos para a unidade curricular, ou seja ter uma perspetiva mais profunda sobre o novo perfil do mercado turístico, suas exigências e tendências de evolução. O módulo II dotará os alunos de conhecimentos que lhes permitam perceber o papel do novo consumidor em turismo, mais exigente e esclarecido, simultaneamente consumidor de informação, mas também produtor e gerador de conteúdos.

O módulo III permitirá aos alunos adquirir competências para construir estratégias de comunicação para organizações turísticas, reconhecendo a comunicação como fator de competitividade no mercado global.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

Module I of our syllabus will allow students to acquire the skills envisioned in the first three objectives defined for the Curricular Unit, i.e. to have a deeper perspective on the new profile of the tourist market, its demands and evolution trends.

Module II will provide students with knowledge that will enable them to perceive the role of the new, more demanding and enlightened consumer in tourism, an element who is simultaneously a consumer of information, but also a content producer and manager.

Module III will allow students to acquire skills to build communication strategies for tourism organizations, recognizing communication as a factor of competitiveness in the global market

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A componente teórica das aulas é necessária para que os alunos adquiram os conhecimentos necessários à construção de estratégias de comunicação adaptadas à nova realidade do mercado turístico. Nas aulas teórico-práticas os alunos podem aprender, através da metodologia de case studies, a aplicar os conteúdos teóricos a contextos práticos, mais especificamente a criar estratégias de Comunicação em Turismo.

A avaliação será baseada na realização de um trabalho individual ao longo de semestre com apresentação e discussão no final do semestre.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The theoretical component of the classes is necessary for students to acquire the knowledge they need to build communication strategies adapted to the new reality of the tourist market.

In the theoretical-practical classes students can learn, through the case study methodology, to apply the theoretical contents to practical contexts and, more specifically, to create strategies of Communication in Tourism.

The evaluation will be based on the realization of an individual work throughout the semester which will be presented and discussed at the end of the semester.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

É privilegiada a análise crítica dos alunos perante as diversas situações apresentadas em contexto de sala de aula. O acompanhamento dos conteúdos por parte dos alunos ao longo do semestre é incentivado pela proposta de resolução de exercícios em sala de aula. Apesar do principal objetivo destes exercícios ser o acompanhamento da matéria lecionada, e a melhor compreensão daquelas matérias, eles também podem contribuir de forma qualitativa para a classificação final da unidade curricular.

A comunicação na unidade curricular é facilitada pela utilização da plataforma moodle, onde são disponibilizados elementos relacionados com a mesma, nomeadamente o programa e as normas, os exercícios a realizar, os sumários e a sebenta da unidade curricular.

A frequência das aulas, a atitude proactiva do aluno perante as realidades que a unidade curricular apresenta e o esforço para a assimilação dos conteúdos programáticos, são cruciais para atingir os objetivos e competências da unidade.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Priority is given to the critical analysis students will have to use in order to deal with the different situations presented in the classroom.

The monitoring of the contents by the students throughout the semester is encouraged by the resolution of exercises in the classroom. Although the main objective of these exercises is the follow-up of the contents they have been learning, and the best possible understanding of those subjects, they can also contribute, qualitatively, to the Curricular Unit final classification.

The communication within the Curricular Unit is facilitated by the use of the Moodle platform, where elements related to each CU are made available, namely the syllabus and the norms, the exercises to be carried out, the summaries and the curricular unit textbook.

The students' attendance, their proactive attitude towards the realities and issues presented and the effort made to assimilate the contents are crucial to achieving the goals and competencies of the unit.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Amadeus, (2013). Trending with NextGen travelers: Understanding the NextGen consumer-traveler, disponível em: <http://amadeusblog.co.za/wp-content/uploads/2013/09/Trending-with-NextGentravelers.pdf>

Belch, J.; & Belch M. (2015). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. Irwin: McGraw-Hill

Buhalis, D., (2003). eTourism: information technology for strategic tourism management. London: Pearson.

Buhalis, D. & Jun, S.H. (2011). E-Tourism. contemporary tourism reviews. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.

Disponível em http://www.goodfellowpublishers.com/free_files/fileEtourism.pdf

Kotler, P.; Bowen, J. & Makens, J. (2014). Marketing for hospitality and tourism. New Jersey : Pearson Education

Lindon, D; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P.; & Rodrigues, J. (2011). Mercator XXI. Lisboa: Publicações D.Quixote.

Anexo II - Estratégia e Competitividade em Mercados Globais

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Estratégia e Competitividade em Mercados Globais

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

António José Queirós Soares de Figueiredo (TP:16)

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

Margarida Alexandra Lopes Vicente (TP:10)

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira (TP:6)

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

Com esta unidade curricular pretende-se dotar o aluno de competências genéricas e específicas no domínio da gestão, especificamente na definição de estratégias de negócio para um mercado altamente competitivo e global como é o mercado turístico, por outro lado, pretende-se contribuir para o enriquecimento académico e profissional dos alunos.

Os objetivos da unidade curricular são:

1. *Compreender a importância do turismo enquanto negócio global e as suas repercussões na economia, na sociedade, na cultura e no ambiente;*
2. *Compreender a importância da cultura nos consumos do produto turismo;*
3. *Analizar a estrutura do mercado do turismo internacional, e as tendências de evolução dos mercados emissores e receptores e vantagens competitivas para o desenvolvimento dos destinos;*
4. *Contextualizar o caso português no turismo global;*
5. *Desenvolver competências base de análise, formulação e implementação da estratégia empresarial.*

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

This Curricular Unit was structured to equip the students with generic and specific skills in the field of management, specifically in the definition of business strategies for a highly competitive and global market such as the tourist market

Another objective is to improve students' academic and professional competencies.

The objectives of this Curricular Unit are:

1. *To understand the importance of tourism as a global business and its effects on the economy, society, culture and environment;*
2. *To understand the importance of culture in the purchase of the tourism product;*
3. *To analyse the structure of the international tourism market, and the evolution trends of source markets and of*

- destination markets and the competitive advantages that will favour the development of destinations;*
 4. To contextualize the Portuguese case within global tourism;
 5. To develop basic analysis, formulation and implementation skills to be used in the business strategy.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

- I. TURISMO – NEGÓCIO GLOBAL
 - I.1 O Meio envolvente global
 - I.2 Impactos
- II. TURISMO: TENDÊNCIAS DOS PRINCIPAIS MERCADOS
 - II.1 Procura
 - II.2 Oferta
- III. PORTUGAL NO MERCADO TURÍSTICO GLOBAL
 - III.1 Procura
 - III.2 Oferta
- IV. ESTRATÉGIA EMPRESARIAL
 - IV.1 Origens da estratégia e conceitos fundamentais
 - IV.2 Perspetivas do pensamento estratégico
 - IV.3 Tendências atuais em estratégia empresarial
 - IV.4 Análise estratégica
 - IV.5 Formulação da estratégia
 - IV.6 Implementação da estratégia

9.4.5. Syllabus:

- I. Tourism-Global Business
 - I. 1 The global surroundings
 - I. 2 impacts
- II. Tourism: the main markets trends
 - II. 1 demand
 - II. 2 Offer
- III. Portugal in the Global tourist market
 - III. 1 demand
 - III. 2 Offer
- IV. Business strategy
 - IV. 1 Strategy origins and fundamental concepts
 - IV. 2 Strategic Thinking Perspectives
 - IV. 3 Current trends in business strategy
 - IV. 4 Strategic Analysis
 - IV. 5 Formulation of the strategy
 - IV. 6 Implementation of the strategy

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

Os conteúdos programáticos desta unidade curricular foram propostos de acordo com os objetivos definidos. Os pontos I e II do programa dão resposta aos objetivos referentes à aquisição de competências e conhecimentos sobre o negócio turístico enquanto negócio global e as características dos mercados turísticos (objetivos 1 a 3). O ponto III, especificamente debruça-se sobre o caso português indo ao encontro do objetivo 4. O ponto IV é o culminar de todo o processo de aprendizagem que dotará os alunos de ferramentas e competências para o desenvolvimento de estratégias de negócio para o mercado turístico.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The syllabus contents of this curricular unit were proposed in accordance with the defined objectives. Points I and II of the syllabus will enable students to acquire critical skills and knowledge about the tourist business as a global business and about the characteristics of the tourist markets (Objectives 1 to 3). Point III, focuses on the Portuguese case and answers all the concerns outlined in objective 4. Point IV is the culmination of the entire learning process that will provide students with the tools and skills they will need to be able to develop business strategies for the tourist market.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia assentará na lecionação de aulas teórico-práticas, sendo os conteúdos teóricos transmitidos pelos docentes com base nos métodos expositivo e interrogativo, com investigação e a aplicação baseadas na participação e criatividade dos alunos. São também privilegiadas metodologias ativas, através da utilização do método dos casos práticos de estudo e o desenvolvimento de trabalho de grupo.

A avaliação será feita através de trabalho individual final que consistirá na realização de um Plano Estratégico para um negócio turístico.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methods that are to be used will be based on the teaching of theoretical and practical classes. The theoretical contents will follow expository and interrogative methods and will value a kind of research and application processes based on the students' participation and creativity. Active methodologies are also valued and will be carried out through practical case study strategies and the development of group work.

Assessment will be done through a final and individual task: the creation of a strategic plan that will be used in a tourist business.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.
São inicialmente transmitidos os conhecimentos fundamentais necessários para compreender os conceitos base e as ferramentas sobre cada um dos pontos do programa. Posteriormente, em sessões de carácter mais prático, é desenvolvido trabalho de investigação e de análise de casos de estudo, tendo em vista o desenvolvimento das competências de acordo com os objetivos previstos.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

In a first moment, students are taught the fundamental knowledge and presented with the tools they will need to understand the basic concepts and each topic of the syllabus. Subsequently, in more practical sessions, tasks involving research and study case analysis will be implemented in order to develop the skills we aim to reinforce and that are in accordance with the syllabus objectives.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2014). *International business: The new realities* (3rd edition). Boston: Pearson Prentice Hall.
- Grant, R. M. (2015). *Contemporary strategic management* (9^a Ed.). Malden MA USA: Blackwell Publishing.
- Santos, A. J. R. (2008). *Gestão estratégica – Conceitos, modelos e instrumentos*. Lisboa: Escolar Editora.
- Wheelen, T. & Hunger, J. (2015). *Concepts in strategic management and business policy* (14^a Ed.), New York: Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- World Economic Forum (2017). *The global competitiveness report 2017-2018*. World Economic Forum: Geneva.
- World Economic Forum (2017). *The travel and tourism competitiveness report 2017*. World Economic Forum: Geneva.
- World Economic Forum (2017). *Travel & tourism – Economic impact 2017 world*. World Economic Forum: Geneva.
- World Tourism Organization (2017). *Tourism highlights 2016*. World Tourism Organization: Madrid.

Anexo II - Marketing de Produtos e Destinos Turísticos

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Marketing de Produtos e Destinos Turísticos

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Joaquim Gonçalves Antunes (TP:32)

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- Perceber a evolução do conceito de marketing e identificar as vantagens da sua adoção no desenvolvimento de produtos e destinos turísticos;
- Perceber o impacto das alterações do meio envolvente nas estratégias de marketing;
- Discutir as características especiais do marketing de produtos e destinos turísticos, identificando os fatores que influenciam a procura e o comportamento dos diferentes públicos;
- Desenvolver competências no planeamento, organização, implementação e controlo do marketing no desenvolvimento de produtos e destinos turísticos;
- Adquirir uma reflexão crítica sobre as novas tendências de marketing.

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- To understand the evolution of the concept of marketing and to identify the advantages of its adoption in the process of developing products and tourist destinations;
- to become aware of the impact of environmental changes on marketing strategies;
- to discuss the special features of product and of tourist destinations marketing, identifying the factors that may influence the demand and the behaviour of the different audiences;
- to develop skills in the planning, organization, implementation and control of marketing in the development of the products and tourist destinations;
- to acquire a critical reflection on the new marketing trends.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

1. O marketing no desenvolvimento de produtos turísticos
- 1.1 O papel do marketing na comercialização de produtos turísticos
- 1.2 Análise do meio envolvente e do mercado turístico
- 1.3 Concepção e desenvolvimento de produtos e serviços turísticos
- 1.4 Segmentação do mercado, target e posicionamento do produto turístico
- 1.5 A gestão do marketing de produtos turísticos
- 1.6 O planeamento em marketing
- 1.7 Novas tendências no marketing de produtos turísticos

- 2. O marketing no desenvolvimento de destinos turísticos**
- 2.1 Conceito e natureza dos destinos**
- 2.2 O papel do marketing na comercialização de destinos**
- 2.3 Construção da marca destino**
- 2.4 A imagem e o ciclo de vida dos destinos**
- 2.5 Estratégias de posicionamento de um destino**
- 2.6 A gestão do marketing de destinos**
- 2.7 Planificação estratégica de marketing de destinos**

9.4.5. Syllabus:

- 1. Marketing in the development of tourism products**

- 1.1 The role of marketing in the tourism products sales;**
- 1.2 Analysis of the local environment and of the tourist market;**
- 1.3 Design and development of tourism products and services;**
- 1.4 Segmentation of the market, target and positioning of the tourist product;**
- 1.5 The management of tourism products marketing;**
- 1.6 Marketing Planning;**
- 1.7 New trends in tourism products marketing.**

- 2. Marketing in the development of tourist destinations**

- 2.1 Concept and nature of destinations;**
- 2.2 The role of marketing in the tourism destinations sales;**
- 2.3 Target Brand construction;**
- 2.4 The image and life cycle of the destinations;**
- 2.5 Positioning strategies for a destination;**
- 2.6 The management of destination marketing;**
- 2.7 The strategic planning of destination marketing.**

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

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; pretende-se desenvolver competências ao nível da conceção 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. Ao nível do marketing de destinos, 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 conceção e desenvolvimento de (novos) destinos; são desenvolvidas as competências ao nível da elaboração e planificação da estratégia global de marketing de um destino.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

It is important to clarify how important marketing is for tourism products, always taking into account the analysis of the local environment and of the market. The following objective is to enable students to develop competencies in the design and development of (new) tourist products. Skills related to segmentation, target and positioning will be developed in order to implement a global marketing strategy. The analysis of new marketing trends will provide the students with a useful set of knowledge that will allow them to deal with different marketing approaches.

As far as destination marketing is concerned, we will start by clarifying the concept and nature of the destinations and the importance of marketing in the sale of destinations, taking into account the analysis of the local environment and of the market, using the different types of information available; We will then develop competencies in the design and development of (new) destinations.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia a seguir assentará na lecionação de aulas teórico-práticas, estudo de casos e na realização e apresentação de trabalhos pelos alunos. Nas aulas teórico-práticas será privilegiada a exposição oral, apoiada com projeção 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 interatividade quer entre os docentes e os alunos, quer entre os próprios alunos. A avaliação será baseada na realização de um trabalho individual ao longo de semestre com apresentação e discussão no final do semestre.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methods will be based on the teaching of theoretical and practical classes, case studies and the development and presentation of final paper by students. In the theoretical and practical classes oral exposition will be valued. It will have to be backed up with the projection of diagrams and graphs and other material related to the topics to be addressed. Audio equipment will also be used to better explore certain topics mentioned in the syllabus. The students' participation in the different subjects related to the topics of the syllabus will be encouraged, a participation based on a strong interactivity between teachers and students and among the students themselves. The assessment will be based on the development of an individual paper that will be prepared throughout the semester and whose presentation and discussion will take place at the end of the semester.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

A coerência das metodologias de ensino com os objetivos 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 a desenvolver pelos alunos. Os trabalhos assentarão essencialmente na elaboração de um plano de marketing para um determinado produto ou destino.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The coherence between the teaching methodologies and the learning objectives is based, on the one hand on the transmission of knowledge through an expository method, and on the other hand, on the practical application of knowledge through the development of the different tasks that will be implemented by the students.

The task to be executed involves mainly the elaboration of a marketing plan for a particular product or destination.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Antunes, J. & Rita, P. (2014). A importância do marketing no desenvolvimento de destinos e produtos turísticos. In Costa, R. Costa, C., Brandão, F. & Breda, Z. (Eds), Turismo nos países Lusófonos: conhecimento, estratégia e territórios (Vol.I). Lisboa: Escolar Editora.

Baker, B. (2012). Destination branding for small cities (2nd ed.). London: Creative Leap.

Hudson, S. & Hudson, L. (2017). Marketing for tourism, hospitality & events: A global & digital approach (1st ed.). Los Angeles: SAGE Publications, Ltd.

Kotler, P.; J. Bowen, J. Makens; S. Baloglu (2017). Marketing for hospitality and tourism (7th ed.). England: Pearson Edition.

Kozak, M. & S. Baloglu (2011). Managing and marketing tourist destinations: Strategies to gain a competitive edge. Abingdon: Routledge.

Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M. &, Ranchhod, A. (2009), Marketing in travel and tourism (4th ed.). Oxford, UK: Butterworth Heinemann.

Anexo II - Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos I

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos I

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

José Luís Mendes Loureiro Abrantes (TP:08)

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

Margarida Alexandra Lopes Vicente (TP:08)

Cristina Maria Jesus Barroco Novais (TP:08)

Maria Lúcia de Jesus Pato (TP:08)

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

Fomentar a aquisição de competências de gestão nas áreas específicas do turismo;

Compreender os conceitos ligados ao planeamento e desenvolvimento turístico;

Analizar as novas tendências em planeamento e desenvolvimento turístico;

Analizar boas práticas, nacionais e internacionais, de planeamento turístico;

Perspetivar as áreas turísticas no quadro dos planos de ordenamento do território;

Compreender a relação entre planeamento turístico e desenvolvimento turístico sustentável;

Desenvolver nos alunos motivações e capacidades para a investigação e desenvolvimento nos diversos domínios de conhecimento científico do turismo;

Preparar os alunos para a elaboração de um plano turístico.

Especificamente pretende-se que os alunos adquiram competências específicas ao nível da:

Gestão do processo de desenvolvimento de novos produtos aplicados à área do Turismo;

Desenvolvimento de destinos turísticos;

Ferramentas e metodologias próprias para o planeamento e desenvolvimento turístico.

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- To promote the acquisition of management skills in the specific and different areas of the tourism field;
- To understand the concepts related to tourism planning and development;
- To analyse new trends in tourism planning and development;
- To analyse good practices, national and international, of tourist planning;
- To envisage the different tourist fields within the framework of the land development plans;
- To understand the relationship between tourism planning and sustainable tourism development;
- To develop in students motivations and capacities to conduct research and development tasks in the different fields of tourism scientific knowledge;
- To prepare students so they can be able to build up a tourist plan.

It is specifically intended that students acquire specific skills in the:

- Management of the process of developing new products applied to tourism;
- Development of tourist destinations;
- Mastery of tools and methodologies for tourism planning and development.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

I. PLANEAMENTO E DESENVOLVIMENTO

*Planeamento Turístico - Abordagem Teórico-Conceptual
Novos paradigmas da Gestão e Planeamento do Turismo
Modelos de Desenvolvimento e Competitividade do Turismo*

II. CONCEITOS CHAVE E METODOLOGIAS DE GESTÃO NO DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS (DNP)

III. PRODUTOS E DESTINOS TURÍSTICOS

*Os Produtos e os Destinos Turísticos
Enquadramento dos Produtos nos Destinos Turísticos*

Tendências de Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos

IV. GESTÃO, ORDENAMENTO E TERRITÓRIO

Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo

O Planeamento e os Instrumentos de Gestão Territorial

V. SUSTENTABILIDADE

Modelos de Gestão de Turismo Sustentável

Sustentabilidade dos Recursos e Produtos Turísticos

Destinos Turísticos Sustentáveis

9.4.5. Syllabus:

I. Planning and development

*Tourist planning-theoretical-Conceptual approach
New paradigms of tourism management and planning
Models of tourism development and competitiveness*

II. Key concepts and management methodologies in the development of new products (DNP)

III. Products and tourist destinations

The products and tourist destinations

The relationship between products and tourist destinations

Product development and tourist destinations trends

IV. Management, Planning and territory

Tourism land planning

Planning and Land Management instruments

V. Sustainability

Sustainable tourism Management models

Sustainability of resources and tourism products

Sustainable tourist destinations

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

Os conteúdos programáticos desta unidade curricular foram propostos de acordo com os objetivos definidos.

Especificamente:

Os pontos I, II e III do programa dão resposta aos objetivos referentes à aquisição de competências de gestão, planeamento e desenvolvimento turístico aplicados a produtos e/ou destinos turísticos e análise das novas tendências.

O ponto III permite a aquisição de conhecimentos em produtos e destinos turísticos o que também permite a consolidação do ponto II referentes ao desenvolvimento de novos produtos.

O ponto IV e V vão de encontro aos objetivos de perspetivar as áreas turísticas no quadro dos planos de ordenamento do território e de compreender a relação entre planeamento turístico e desenvolvimento turístico sustentável.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The contents of this Curricular Unit were proposed in accordance with the objectives previously defined:

Points I, II and III of the syllabus address the objectives that concern the acquisition of management, planning and tourism development skills applied to products and/or tourist destinations and the analysis of the new trends.

Point III allows the acquisition of knowledge regarding products and tourist destinations which also allows for the consolidation of point II, in which the development of new products is planned.

Point IV and V will meet the objectives that aim at developing the capacity to envisage tourist fields within the general framework of the land planning and to understand the relationship between tourism planning and sustainable tourism development.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

No âmbito das metodologias de ensino, serão aplicadas pedagogias ativas, envolvendo os alunos no processo de ensino-aprendizagem, centrado na pesquisa, na análise de artigos científicos, na realização de exercícios práticos e na análise estudo de casos, numa perspetiva de garantir a consecução dos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular. O ensino teórico-prático será ainda complementado com um conjunto de seminários em áreas específicas com vista à aquisição de competências específicas na área do turismo.

A avaliação será contínua baseada na realização de trabalhos práticos ao longo do semestre e com um trabalho final individual.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

As far as teaching methods are concerned, active pedagogies will be applied, involving students in the teaching and learning process, focusing on research, on the analysis of scientific papers, carrying out practical exercises and examining case studies, in order to ensure the achievement of the objectives defined for this Curricular Unit. This theoretical and practical education will be complemented with a set of seminars in specific areas that will lead to the acquisition of specific skills in the field of tourism. An ongoing assessment will be carried out and will be based on the execution of practical tasks throughout the semester and on an individual final paper.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Tendo em conta o caráter prático desta unidade curricular como forma de uma aprendizagem (mais) envolvente e profissionalizante, assumindo-se como metodologias de ensino a pesquisa de conteúdos científicos, realização de exercícios práticos, análise de estudos de casos e participação dos alunos em seminários temáticos, entende-se que as metodologias propostas vão de encontro aos objetivos da aprendizagem de qualificar os alunos para a gestão do processo de desenvolvimento de novos produtos aplicados à área do Turismo e de desenvolvimento de destinos turísticos.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

Taking into account the practical nature of this Curricular Unit which represents a more engaging and professional way of learning , choosing scientific research, the execution of practical exercises, the analysis of case studies and the participation of students in thematic seminars as its teaching methods, it is clear that the suggested methods are in agreement with the learning objectives that will promote students' qualification and enable them to master the skills required to manage the process of developing new products to be applied to the field of tourism and to develop tourist destinations.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- Buhalis, D. & Costa, C. (2006). *Tourism management dynamics: Trends, management and tools*. London: Elsevier.
- Buhalis, D. & Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. London: Elsevier.
- Burns, P. M. (2004). *Tourism planning – A third way?* Annals of Tourism Research, 30(1), 24-43.
- Dantas, J. & Moreira, A. C. (2011). *O processo de inovação*. Lisboa: Lidel.
- Ferreira, L. J. N. (2009). *Portugal: Território e ordenamento*. Lisboa: Editora Almedina.
- Kahn, K. B. (2013). *The PDMA handbook of new product development (3rd Ed)*. New Jersey: Wiley.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing (14th ed.)* New Jersey: Prentice Hall.
- Ussamane, M. H. (2013). *Inovação e criatividade*. Lisboa: Sílabo.
- Vieira, J. M. (2007). *Planeamento e ordenamento do turismo: Uma perspectiva estratégica*. Editora Bertrand.

Anexo II - Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos III

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Planeamento e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos III

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

José Luís Mendes Loureiro Abrantes (TP:08)

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

António José Queirós Soares de Figueiredo (TP:08)

Cláudia Patrícia de Almeida Seabra Moreira (TP:08)

Odete Maria Matos Paiva (TP:08)

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

Conhecer os produtos e destinos turísticos e novas tendências de desenvolvimento;

Perceber a importância das experiências turísticas nos novos mercados;

Analizar as tendências de desenvolvimentos dos destinos à luz da teoria dos ciclos de vida dos destinos;

Conhecer as várias formas de financiamento e incentivos para o investimento turístico;

Compreender os produtos turísticos enquanto fator de desenvolvimento de destinos turísticos sustentáveis;

Desenvolver nos alunos motivações e capacidades para a investigação e desenvolvimento nos diversos domínios de conhecimento científico do turismo;

Preparar os alunos para a elaboração de um plano de desenvolvimento de produtos e destinos turísticos.

Especificamente pretende-se que os alunos adquiram competências específicas ao nível da:

Gestão do processo de desenvolvimento de novos produtos aplicados à área do Turismo;

Desenvolvimento de destinos turísticos;

Ferramentas e metodologias próprias para o planeamento e desenvolvimento turístico.

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- To realise the importance of tourist experiences in the new markets;
- To analyse the trends in destinations development, bearing in mind the theory of destinations' life cycles;
- To become aware of the different forms of funding and incentives that can help tourism investment;
- To understand that tourist products are a key factor in the development of sustainable tourist destinations;
- To develop in students the right motivations and capacities so they can carry out research and development activities in the different fields of tourism scientific knowledge;
- To prepare students so they can be able to design a product development and a tourist destination plan.

It is specifically intended that students acquire specific skills in:

- The management of the process of developing new products that will be applied to tourism;
- The development of tourist destinations;
- The use of tools and methods which are essential for tourism planning and development.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

I. Gestão da Experiência Turística

Importância da gestão de experiências dos novos turistas

Gestão de Expetativas e Experiências Turísticas

II. Ciclos de Vida dos Destinos Turísticos

As várias fases do ciclo de vida dos destinos turísticos

Desenvolvimento de destinos turísticos

III. Oportunidades de Investimento em Produtos e Destinos Turísticos

Estruturas organizacionais e institucionais do turismo

Planos de financiamento

Sistemas de incentivo

IV. Execução de Planos Estratégicos e de Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos

O processo de desenvolvimento de produtos e destinos turísticos

Linhas de desenvolvimento estratégico

Programas de implementação

9.4.5. Syllabus:

I. Management of the tourist experience

The importance of managing new tourists' experiences;

The management of tourist expectations and experiences;

II. Life cycles of tourist destinations

The different phases of the tourist destinations' life cycle;

The development of tourist destinations

III. Investment opportunities in tourist products and destinations

Tourism organizational and institutional structures

Financing plans

Incentive Systems

IV. Implementation of strategic and development plans of products and tourist destinations

The process of developing products and tourist destinations

Strategic development guidelines

Implementation programmes

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

Os conteúdos programáticos desta unidade curricular foram propostos de acordo com os objetivos definidos.

O ponto I do programa dá resposta aos objetivos referentes à aquisição de competências e conhecimentos nas áreas das novas tendências do mercado turístico, especificamente a gestão de experiências turísticas e a sua importância para o processo de desenvolvimento de produtos e destinos. O ponto II e III referem-se aos objetivos de aprendizagem que se relacionam com o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos tendo em conta as fases do ciclo de vida e os sistemas de financiamento, fundamentais para o planeamento e desenvolvimento turístico aplicados a produtos e/ou destinos turísticos e análise das novas tendências. O ponto IV é o culminar de todo o processo de aprendizagem que dotará os alunos de ferramentas e competências para o desenvolvimento de estratégias para o desenvolvimento e execução de planos de ação em turismo.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The syllabus contents of this Curricular Unit were designed in accordance with the objectives previously defined.

Point I of the syllabus represents a strategy plan to provide students with the proper skills and knowledge in the field of new trends in the tourist market, especially those which have to do with the management of tourist experiences and how important it is for the product and destinations development process.

Points II and III refer to the learning objectives that deal with the sustainable development of tourist destinations and that take into account those destinations' life cycles and the funding systems which are essential to the tourist planning and development that will be applied to tourist products and/or destinations and to the analysis of new trends.

Point IV is the culmination of the whole learning process that will provide students with tools and skills to design strategic actions used in the development and execution of tourist action plans.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

No âmbito das metodologias de ensino, serão aplicadas pedagogias ativas, envolvendo os alunos no processo de ensino-aprendizagem, centrado na pesquisa, na análise de artigos científicos, na realização de exercícios práticos e na análise estudo de casos, numa perspetiva de garantir a consecução dos objetivos estabelecidos para esta unidade curricular. O ensino teórico-prático será o culminar de todo o processo com os alunos a criarem planos de desenvolvimento para produtos e destinos turísticos. A avaliação será feita através de trabalho individual final que consistirá na realização de um Plano de Desenvolvimento de um Produto ou Destino turístico à escolha.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

As far as teaching methods are concerned, we will value active pedagogies that will involve students in the teaching and learning process and that will focus on research tasks, on the analysis of scientific articles, on the resolution of practical exercises and of case studies, to ensure the achievement of the objectives set for this Curricular Unit.

Theoretical and practical teaching and learning will be the culmination of the whole process as students will create development plans for products and tourist destinations.

The students' assessment will be carried out through a final individual task: the construction of a product or a tourist destination development plan.

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

Tendo em conta o caráter prático desta unidade curricular como forma de uma aprendizagem (mais) envolvente e profissionalizante, assumindo-se como metodologias de ensino a pesquisa de conteúdos científicos, realização de exercícios práticos, análise de estudos de casos e participação dos alunos em seminários temáticos, entende-se que as metodologias propostas vão de encontro aos objetivos da aprendizagem de qualificar os alunos para a gestão do processo de desenvolvimento de novos produtos aplicados à área do Turismo e de desenvolvimento de destinos turísticos.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The practical character of this Curricular Unit represents a (more) engaging and vocational leaning experience, an experience that values scientific research, practical tasks, the analysis of case studies and the participation of our students in seminars as its teaching strategies. Therefore, we strongly consider that the methods suggested are in full accordance with the learning objectives that will ensure that students are adequately qualified to manage the process of developing new products applied to tourism and to the development of tourist destinations.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

- Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). *Tourism product development and product diversification in destinations*. *Tourism Management*, 50, 213–224
- Buhalis, D. & Costa, C. (2006). *Tourism management dynamics: Trends, management and tools*. London: Elsevier.
- Buhalis, D. & Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. London: Elsevier.
- Butler, R. (Ed.). (2006). *The tourism area life cycle* (vol. 1). Bristol: Channel View Publications.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.) New Jersey: Prentice Hall.
- Moutinho, L. (Ed.). (2011). *Strategic management in tourism*. Wallingford: Cabi.
- Ritchie, J. B., Tung, V. W. S., & Ritchie, R. J. (2011). *Tourism experience management research*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), 419-438.

Anexo II - Território, Identidade e Cultura

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Território, Identidade e Cultura

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Odete Maria Matos Paiva (TP:24)

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

Maria Lúcia de Jesus Pato (TP:08)

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

1. Desenvolver o domínio das ferramentas conceptuais e metodológicas necessárias à apreensão de conhecimentos no âmbito do território, identidade e cultura, visando a autonomia no domínio da investigação.
2. Refletir sobre as dinâmicas territoriais nas sociedades contemporâneas.
3. Mobilizar conhecimentos conceptuais e metodológicos que permitam analisar as identidades dos territórios, em contextos históricos e geopolíticos específicos e, simultaneamente, numa perspetiva de globalização.
4. Exercitar competências de reflexão crítica e debate sobre processos identitários e culturais contemporâneos.
5. Refletir sobre a singularidade da identidade e da cultura e o seu contributo para o desenvolvimento turístico dos territórios.

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

1. To develop the mastery of conceptual and methodological tools that will be essential to obtain the right knowledge about Territory, identity and culture and that will lead to a higher autonomy when conducting research tasks.
2. To reflect upon territorial dynamics existing in contemporary societies.
3. To mobilize conceptual and methodological knowledge that will improve the analysis of the territories' identities, in specific historical and geopolitical contexts and, at the same time, within a perspective of globalization.
4. To exercise debate and critical reflection skills regarding contemporary identity and cultural processes.
5. To reflect upon the uniqueness of identity and culture and their contribution to the tourism development of the Territories.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

I. Território

1. Dimensão material-concreta (política, económica)
2. Dimensão subjetiva e/ou simbólica (língua, religiões, ...)

II. Identidade

1. O papel da história e da memória
2. Identidades territoriais: comunidade local/globalização
3. Símbolos identitários - sítios de património, tradições culturais, divisões étnicas, modelos urbanos, fronteiras políticas

III. Cultura

1. Dimensões da Cultura
2. Distância Cultural
3. Identidade Cultural
4. Valores Culturais e Turismo

9.4.5. Syllabus:

I. Territory

1. Material-concrete dimension (political, economic dimensions)
2. Subjective and/or symbolic dimension (language, religions,...)

II. Identity

1. The role of history and memory
2. Territorial Identities: local community/globalization
3. Identity symbols- heritage sites, cultural traditions, ethnic divisions, urban models, political frontiers

III. Culture

1. Culture Dimensions
2. Cultural Distance
3. Cultural identity
4. Cultural values and tourism

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

O território desdobra-se num continuum que vai da dominação político-económica mais concreta e funcional, à apropriação mais subjetiva e/ou cultural-simbólica. Nesse sentido começa-se por focar o lugar e na sua carga identitária, que abarca e influencia a construção de multi territorialidades. Na segunda parte analisam-se questões ligadas ao território e à identidade, numa perspetiva de futuro. Na contemporaneidade, a cultura de viagem enfatiza questões relacionadas com a construção de imaginários turísticos e práticas de turismo. Na terceira parte do programa analisam-se as práticas de turismo cultural, que representam uma força poderosa na construção e manutenção da identidade nacional, baseada nos símbolos históricos, como meio para atrair turistas.

Desta reflexão retiram-se conclusões e implicações sobre a forma como os territórios/sítios devem ser geridos e promovidos, de modo a contribuírem para o desenvolvimento das comunidades.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The first part focuses on the place and on its identity, which encompasses and influences the construction of multi Territorialities. The second part will be used to analyse certain issues related to the notions of territory and identity, in a forward-looking perspective. The questioning of the advances in the process of forming a global society explains the enrichment that comes from the multiplicity of cultural symbols and identities.

In modern times, travel culture emphasizes issues related to the construction of tourist imagery and tourism practices. In the third part we will have the opportunity to reflect on the cultural tourism practices, which represent a powerful force in the construction and maintenance of national identity based on historical symbols, as a means to attract tourists.

This reflection will allow us to draw conclusions and implications on how the territories/sites are to be managed and promoted in order to contribute to the development of the communities.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As sessões seguem o modelo de seminário, privilegiando métodos que incentivem a participação dos estudantes. Na componente expositiva, a cargo da docente, são apresentadas as ferramentas conceptuais e metodológicas consideradas essenciais às leituras a realizar. Progressivamente, pretende-se desenvolver a participação dos estudantes e autonomia na investigação bibliográfica. O desempenho dos estudantes, em particular a aquisição gradual de competências e conhecimentos que lhes permita selecionar, hierarquizar, relacionar e produzir informação/conhecimento é avaliado pela:

- 1) participação ativa nas sessões (20%);*
- 2) conhecimentos, aptidões e competências desenvolvidos (80%) - uma apresentação oral, na aula, sobre temas do programa (20%) e a elaboração e discussão individual de ensaio crítico (60%) valorizando a capacidade argumentativa dos estudantes e o confronto crítico com posições teóricas.*

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The sessions will follow a seminar model, focusing on methods that encourage students to participate. During the expository component, for which the teacher is responsible, the conceptual and methodological tools considered essential to the readings that are to be carried out are presented.

Progressively, it is our intention to develop student participation and autonomy in bibliographic research. Students' performance, in particular the gradual acquisition of skills and knowledge that will allow them to select, prioritise, compare and produce information/knowledge will be assessed through:

- 1) their active participation during the sessions (20%);*
- 2) the knowledge, skills and competences developed (80%)-an oral presentation in class that addresses themes that are part of the program (20%) and the elaboration and discussion of a critical essay (60%) in which students' argumentative capacity and their ability to critically confront theoretical positions will be valued.*

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

O programa propõe a aquisição de saberes procedimentais e metacognitivos, através do desenvolvimento de competências analíticas e do estímulo à autonomia no domínio da investigação.

As metodologias de ensino adotadas incluem uma componente descritiva, assente na construção de um referencial que concilie a abordagem do território, da identidade e da cultura. Para a construção deste referencial contribuirá também a participação ativa do aluno, estruturada a partir da análise crítica de textos de apoio, que combinem as diferentes abordagens, para estudar a identidade cultural dos territórios e o seu potencial turístico. Com esta metodologia pretende-se também avaliar a capacidade de leitura crítica demonstrada pelo aluno.

Deste modo, garantem-se as condições para a aquisição de conhecimentos conceptuais e factuais e o contacto com as suas diferentes formas de aplicação.

Por fim esta metodologia visa a capacitação da intervenção, através de um conhecimento sólido e coerente.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

The syllabus outlined for this curricular unit encourages the acquisition of procedural and metacognitive knowledge, through the development of analytical skills and the stimulation of autonomy that are a key condition in research work. The teaching methods adopted include a descriptive component, based on the construction of a referential that combines a territory, identity and culture approach. In order to achieve the construction of this referential, an active participation of the student, structured from the critical analysis of a wide range of supporting texts and that will combine the different approaches will be expected. This contribution will enable us to study the cultural identity of the territories and their tourist potential. With this method we also intend to assess the student's critical reading capacity. This way, the conditions needed to gain conceptual and factual knowledge and the contact with its different forms of application are guaranteed.

Finally, this methodology aims at the training of the participants' intervention, through a solid and coherent knowledge.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Council of Europe (2015). Cultural routes management: from theory to practice. Council of Europe Publishing.

Turismo de Portugal (2017). Estratégia turismo 2027. Turismo de Portugal.

Haesbaert, R. (2005). Da desterritorialização à multiterritorialidade. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina. São Paulo: Universidade de São Paulo.

Jansen- Verbeke, M., (2007). Cultural resources and the tourismification of territories, Acta Turistica Nova, 1(1), 21-41.

Jansen- Verbeke, M., & Priestley, P.(2008). Cultural resources for tourism: Patterns, process and policies. NY: Nova Science.

Solima, L.& Minguzzi, A. (2014). Territorial development through cultural tourism and creative activities: Mondes du Tourisme, 10, 6-16.

Anexo II - Gestão e Avaliação de Projetos

9.4.1. Designação da unidade curricular:

Gestão e Avaliação de Projetos

9.4.2. Docente responsável e respetiva carga lectiva na unidade curricular (preencher o nome completo):

Suzanne Fonseca Amaro (TP:32)

9.4.3. Outros docentes e respetivas cargas lectivas na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Com esta unidade curricular pretende-se dotar o aluno de competências genéricas e específicas no domínio da avaliação e gestão de projetos, nomeadamente:

- Proporcionar uma visão integrada da Gestão de Projetos na vertente de gestão de atividades e na vertente de gestão de equipas;
- Transmitir os conceitos básicos e os aspetos técnicos da metodologia da Gestão de Projetos;
- Conhecer e aplicar as técnicas e os instrumentos de apoio para a planificação e gestão de projetos;
- Conhecer o MS Project como ferramenta informática para a planificação, organização e controlo de projetos;
- Fornecer bases sólidas para permitir uma futura evolução na área da Gestão de Projetos;
- Saber avaliar o risco associado a projetos;
- Dotar os alunos das principais ferramentas e técnicas de avaliação financeira de projetos;
- Conhecer as principais fontes de financiamento de projetos.

9.4.4. Learning outcomes of the curricular unit:

- Provide an integrated view of Project Management in management activities and in team management;
- Understand the basics and technical aspects of the Project Management methodology;
- Understand and apply the techniques and tools to support project planning and management;
- Use MS Project software as a tool for planning, organizing and controlling projects;
- Provide students with tools and techniques of project evaluation;
- Assess the risk associated with projects;
- Identify the main sources of project funding.

9.4.5. Conteúdos programáticos:

1. A Gestão de Projetos

Noções de projeto e gestão de projetos

Fases fundamentais e principais variáveis na gestão de um projeto

Ciclo de vida de um projeto

2. O Gestor de Projetos

Funções do gestor de projetos

Gestão de conflitos, autoridade e responsabilidade

Escolha da equipa

3. Planeamento e Metodologia

Níveis de planeamento

Metodologia PERT-CPM

Incerteza na duração das atividades

O Microsoft Project como ferramenta de suporte à Gestão de Projetos

4. Conceitos Fundamentais de Avaliação de Projetos

Noção e determinação do cash-flow

Atualização de cash-flows

5. Avaliação Financeira de Projetos

Valor Atual Líquido (VAL)

Taxa Interna de Rendibilidade (TIR)

Período de Recuperação do Investimento (PRI)

Seleção de Projetos Alternativos

Comparação de Projetos com Durações Diferentes

6. O Risco e a Incerteza na Avaliação de Projetos

O Ponto Crítico

Análise de Sensibilidade

Cenários

7. Fontes de Financiamento de Projetos

9.4.5. Syllabus:

1. Project Management

2. The Project Manager

3. Planning and Methodology

4. Fundamental Concepts of Project Evaluation

5. Financial Evaluation of Projects

6. Risk and Uncertainty in Project Evaluation

7. Sources of Project Financing

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

No início do semestre, os objetivos da unidade curricular serão disponibilizados no MOODLE. Na primeira aula, esses objetivos serão apresentados aos alunos de modo a que os alunos os entendam claramente. Todos os materiais de apoio à unidade curricular serão também disponibilizados no MOODLE. Os alunos são incentivados a participar de forma ativa, de forma a consolidarem os conhecimentos e a desenvolverem as suas capacidades de comunicação. Os exercícios serão disponibilizados no MOODLE para que sejam resolvidos quer nas aulas, quer fora das aulas, de forma a praticarem os conteúdos aprendidos. O docente estará ainda disponível através de orientação tutorial para o esclarecimento de dúvidas. Todas estas metodologias de ensino serão utilizadas para que os alunos possam atingir os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular.

9.4.6. Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives.

The syllabus was carefully designed in order for students to achieve the curricular unit's objectives. The 1st, 2nd and third units of the syllabus are essential to achieve the first objective. The 2nd and third unit will allow students to achieve objectives 3 and 4. The 4th and 5th units are essential to provide students with the most important techniques and tools to evaluate projects (the 5th objective). The 6th unit of the syllabus is consistent with the 6th objective. Finally, the 7th unit of the syllabus will allow students to identify the most important sources to finance projects.

9.4.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas apoiadas em ferramentas informáticas e nos meios audiovisuais existentes na Escola. Análise e debate de casos e situações concretas de gestão de projetos. No seu trabalho individual, o estudante pode e deve recorrer aos meios que lhe são disponibilizados na Escola, nomeadamente Biblioteca, Salas de Estudo, Laboratórios de Informática.

A avaliação de conhecimentos é efetuada de modo a combinar a participação nas aulas e exercícios escritos, com a apresentação de um projeto final.

9.4.7. Teaching methodologies (including evaluation):

The teaching methods to be employed to achieve the curricular units' objectives will be:

- Following theoretical concepts, students will resolve exercises to apply those concepts;
- Classes are supported with audio-visual aids available at the school
- Project management cases will be analysed and discussed in class;
- Students' assignments will be very practical, and will allow students to holistically apply the concepts learned.
- Students' are encouraged to use means provided at the school, such as the Library, studying rooms and computer labs.

To encourage class participation and attendance, students' final grade will be based on a final project (60%) and assignments (40%).

9.4.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

No início do semestre, os objetivos da unidade curricular serão disponibilizados no MOODLE. Na primeira aula, esses objetivos serão apresentados aos alunos de modo a que os alunos os entendam claramente. Todos os materiais de apoio à unidade curricular serão também disponibilizados no MOODLE. Os alunos são incentivados a participar de forma ativa, de forma a consolidarem os conhecimentos e a desenvolverem as suas capacidades de comunicação. Os exercícios serão disponibilizados no MOODLE para que sejam resolvidos quer nas aulas, quer fora das aulas, de forma a praticarem os conteúdos aprendidos. O docente estará ainda disponível através de orientação tutorial para o esclarecimento de dúvidas. Todas estas metodologias de ensino serão utilizadas para que os alunos possam atingir os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular.

9.4.8. Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes.

At the beginning of the semester, the curricular units' learning outcomes will be available to students on MOODLE. In the first class, the learning outcomes will be presented so that they are clearly understood by the students. All class notes will also be available to students on MOODLE.

In all lectures students are encouraged to participate in class, to strengthen their knowledge and develop their communication skills. Exercises will also be available to students on MOODLE so that they can be resolved in class and out of class in order to practice the theoretical concepts learned. Office hours are also available to provide an opportunity to clarify and reinforce students' understanding of the subject. All of these methodologies will be used in order to help students achieve the objectives of the curricular unit.

9.4.9. Bibliografia de consulta/existência obrigatória:

Brealey, R., Myers S., & Allen, F. (2007). Princípios de Finanças Empresariais. Lisboa: McGraw-Hill.

Feio, R. (2009). Exercícios de Gestão de Projectos Resolvidos com o Ms Project. Lisboa: FCA - LIDEL.

Marques, A. (2014). Concepção e Análise de Projetos de Investimento. Lisboa: Edições Sílabo.

Martins, A., Cruz, I., Silva, P., & Gonçalves, P. (2011). Manual de Gestão Financeira Empresarial. Coimbra: Coimbra Editora.

Matias, R. (2015). Cálculo Financeiro. Teoria e Prática. Lisboa: Escolar Editora.

Roldão, V.S. (2000). Gestão de Projectos – uma perspectiva integrada. Lisboa: Edições Monitor.

Silva, M. (2010). Microsoft Project 2010. Lisboa: FCA - Lidel.

Soares, I., Moreira, J., Pinho C., & Couto, J. (2012). Decisões de Investimento: Análise Financeira de Projectos. Lisboa: Edições Sílabo.

Vernimmen, P., Quiry, P., Dallocchio, M., Le Fur, Y., & Salvi, A. (2009). Corporate Finance: Theory and Practice. West Sussex: John Wiley & Sons.

9.5. Fichas curriculares de docente

Anexo III - Odete Maria Matos Paiva

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

Odete Maria Matos Paiva

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