

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Criação de Experiências Turísticas e de Lazer / Creating Tourist and Leisure Experiences

Área científica da UC / CU Scientific Area: Turismo e Lazer / Tourism and Leisure

Semestre / Semester: 2º

Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits: 5

Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours: TP: 45; OT: 6; O: 9

Carga letiva semanal / Weekly letive charge: 3h

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

1. Conhecer e explicar o atual paradigma da economia de experiências.
2. Entender e discutir o conceito de experiência turística e o seu enquadramento na perspetiva atual da Procura e da Oferta turística.
3. Reconhecer a importância do conceito de experiência no turismo.
4. Identificar e refletir sobre a experiência do consumidor.
5. Conhecer a diferença entre serviço e experiência.
6. Aplicar técnicas de construção de experiências em turismo.
7. Compreender modelos de empreendedorismo no turismo de experiências.
8. Analisar e discutir casos de estudo.

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

1. Knowing and explaining the current paradigm of the economics of experiences
2. Understand and discuss the concept of tourist experience and its framework in the current perspective of Demand and Tourism Supply.
3. Recognize the importance of the concept of experience in tourism.
4. Identify and reflect on the consumer experience.
5. Know the difference between service and experience.
6. Apply techniques for building experiences in tourism.
7. Understand mode/s of entrepreneurship in experience tourism.
8. Analyze and discuss case studies.

Conteúdos programáticos:

1. O paradigma da economia da experiência.

2. O conceito de experiência do consumidor e de experiência turística.

2.1. A abordagem das ciências sociais e a da gestão / marketing.

3. O turismo como mercado de experiências.

3.1. Do produto ao serviço, do serviço à experiência.

3.1.1. Criação de cenários para gestão de experiências.

3.1.2. Desenvolvimento de produtos na perspetiva do turismo de Experiências.

3.2. A experiência turística como fator de diferenciação no turismo.

3.2.1. O papel do turismo de experiências nos destinos emergentes e maduros.

3.2.2. O Turismo Responsável e Criativo como feeder do Turismo de Experiências.

4. Análise de modelos de experiência turística na perspetiva da procura e da oferta. A construção de experiências turísticas.

4.1. Criação da plataforma da experiência para gerar experiências únicas.

5. Empreendedorismo no turismo de experiências.

5.1. Tipologias de empresas no Turismo de Experiências.

5.2. Casos de estudo.

Syllabus:

1. The paradigm of the economy of experience.

2. The concept of consume, experience and tourist experience.

2.1. The approach to social sciences and management / marketing.

3. Tourism as a market for experiences.

3.1. From product to service, from service to experience.

3.1.1. Creation of scenarios for experience management.

3.1.2. Product development from the perspective of Experience tourism.

3.2. The tourist experience as a differentiating factor in tourism.

3.2.1. The role of experience tourism in emerging and mature destinations.

3.2.2. Responsible and Creative Tourism as a feeder of Experience Tourism.

4. Analysis of mode/s of tourist experience from the perspective of demand and supply. The construction of tourist experiences.

4.1. Creation of the experience platform to generate unique experiences.

5. Entrepreneurship in experience tourism.

5.1. Typologies of companies in Experience Tourism.

5.2. Case studies.

