

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Estratégia de Destinos e Produtos Turísticos / Tourism Destinations and Products Strategy

Área científica da UC / CU Scientific Area: Gestão e Administração / Management and Administration

Semestre / Semester: 5º

Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits: 6

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. Compreender a natureza da Estratégia de Destinos e Produtos Turísticos, com uma visão abrangente e seu impacto na competitividade dos Destinos Turísticos.
2. Caraterizar diferentes Produtos e Destinos Turísticos, processos de organização turística, tendências e evolução dos produtos e destinos turísticos nos contextos nacional e internacional.
3. Analisar e aplicar as ferramentas da Estratégia para desenvolver os Produtos e Destinos Turísticos nos mercados nacional e internacional.

Ao concluir a unidade curricular, os estudantes serão capazes de:

1. Compreender e distinguir as diferentes Estratégias dos Destinos e Produtos Turísticos.
2. Saber utilizar os recursos e os produtos turísticos, compreender a noção do produto turístico na conceção da oferta turística.
3. Desenvolver competências cognitivas sobre pensamento Estratégico de Destinos e Produtos Turísticos.

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

1. Understand the nature of the Strategy of Destinations and Tourist Products, with a comprehensive vision and its impact on the competitiveness of tourist destinations.
2. Feature different Products and Tourist Destinations, processes of tourist organization, trends and evolution of products and tourist destinations in national and international contexts.
3. Analyze and apply the tools of the Strategy to develop the Products and Tourist Destinations in the national and international markets.

Upon completion of the curricular unit, students will be able to:

1. Understand and distinguish the different Strategies of Destinations and Tourist Products.
2. Know how to use tourism resources and products, understand the notion of the tourist product in the design of the tourist offer.
3. Develop cognitive skills on Strategic thinking of Destinations and Tourist Products.

Conteúdos programáticos:

1. A Estratégia de Destinos Turísticos

- 1.1. Conceito e Pensamento Estratégico
- 1.2. A diversidade e complexidade das Destinos Turísticos
- 1.3. O Marketing, o Branding e a identidade do Destino Turístico
- 1.4. Os eventos como vetores de materialização da estratégia
- 1.5. O Destino Turístico na economia digital
- 1.6. Os Operadores Turísticos na Estratégia do Destino

2. A Estratégia de Produtos Turísticos

- 2.1. Conceito, componentes e características de produto turístico
- 2.2. O enquadramento dos produtos nos destinos turísticos
- 2.3. Inovação em Produtos Turísticos para um Destino
- 2.4. Tendências de Desenvolvimento de Produtos Turísticos
- 2.5. Contributo dos Agentes de Turismo para a Estratégia

3. As problemáticas das Destinos e Produtos Turísticos

- 3.1. Diagnóstico e identificação de medidas de ação
- 3.2. Ajustamentos estratégicos
- 3.3. Os observatórios de Turismo na Estratégia dos Destinos e dos Produtos Turísticos

4. Estudo de Casos

Syllabus:

1. The Tourist Destination Strategy

- 1.1. Concept and Strategic Thinking
- 1.2. The diversity and complexity of Tourist Destinations
- 1.3. Marketing, Branding and The Identity of the Tourist Destination
- 1.4. Events as vectors of strategy materialization
- 1.5. The Tourist Destination in the digital economy
- 1.6. Tour Operators in the Destination Strategy

2. The Tourism Products Strategy

- 2.1. Concept, components and characteristics of tourist product
- 2.2. Product framing In tourist destinations
- 2.3. Innovation in Tourist Products for a Destination
- 2.4. Trends in The Development of Tourism Products

2.5. Contribution of Tourism Agents to the Strategy

3. *The problems of Tourist Destinations and Products*

3.1. Diagnosis and identification of measures of action

3.2. Strategic adjustments

3.3. Tourism observatories in the Strategic of Destinations and Tourism Products

4. *Case Study*

**Sem Validade
Administrativa**