



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	GESTÃO TURÍSTICA E CULTURAL	ANO LECTIVO	2010/2011
--------------	-----------------------------	--------------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Economia e Sociologia do Turismo		
Área Científica	Turismo		
Classificação curricular	Obrigatória	Ano / Semestre	1ºano /2ºsem

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
5	135	25 T + 20 TP	15

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	António M. A. dos Santos Queirós	Professor Adjunto convidado
Teóricas	António M. A. dos Santos Queirós	Professor Adjunto convidado
Teórico-Práticas	António M. A. dos Santos Queirós	Professor Adjunto convidado
Práticas		
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

Iniciar os alunos no conhecimento e análise crítica do conceito tradicional de Turismo, o Turismo na óptica da economia dos produtos e das empresas, enquanto objecto de estudo científico pluri e multidisciplinar, com incidência na Economia e na Sociologia do Turismo. Introduzir e orientar os discentes no estudo e reavaliação da validade e pertinência das actividades e produtos tradicionais, dos seus indicadores e definições técnicas, no quadro da mudança de paradigma das actividades turísticas e da ampliação do seu objecto de estudo.

PROGRAMA PREVISTO

- 1. Tendências actuais do turismo. A emergência de um novo paradigma de turismo cultural e de natureza e a evolução do mercado.**
 - A. O que significam os conceitos de “indústria turística ou sector turístico”? As suas fileiras produtivas e o novo paradigma do turismo: relatividade, indeterminismo e dimensão ética

- B. Turismo e Ciência. Existe um Corpus Científico para o estudo do Turismo?
- C. A crítica do gosto e o emergir de uma nova classe média instruída
- D. Agentes e redes, institucionais e informais do Turismo Cultural
- E. Novos produtos turísticos. Jovens públicos.
- F. Turismo cultural e turismo de natureza: conceptualização e suporte científico
- G. Turismo cultural: organização e gestão
- H. Turismo de natureza: organização e gestão

2. Turismo e globalização: A Relação entre a Cultura e a Natureza, o Ambiente; a Revolução Técnico-Científica; Códigos de Ética do Turismo

- A. O novo capital turístico e os novos paradigmas científicos e filosóficos
- B. O impacto do turismo na economia, na sociedade e na cultura.
- C. Convergência e articulação entre as políticas turísticas, culturais e ambientais.
- D. Comunicação e linguagem no Turismo. Do Mundo de Gutenberg ao Universo Digital e Cibernético.
- E. A importância do Turismo Cultural e das estruturas aeroportuárias descentralizadas. Valor Acrescentado.
- F. Enquadramento legal e códigos éticos do turismo cultural e de natureza. "Global Code of Ethics for Tourism".

3. Turismo e Revolução ou reforma social. O conceito de sustentabilidade do destino turístico

- A. Origem e evolução sócio-política do turismo. Períodos, fases e acontecimentos marcantes.
- B. A evolução da classe média e a base sócio-económica do destino turístico.
- C. Os seniores e o turismo. O conceito de turismo acessível.
- D. Turismo e Desenvolvimento Sustentável
- E. Imagem, Marca e Destino Turísticos
 - a. A imagem turística como jogo de espelhos
 - b. A visão "dos outros": a perspectiva da Espanha, da Europa e do Mundo. Novos territórios
 - c. A marca. E o destino turístico. Estudo de caso: Centro de Portugal.

4. O empirismo das actividades turísticas e as "Ciências do Turismo". Conceitos, categorias estatísticas e índices turísticos

- A. I&D no turismo cultural e de natureza. Indicadores para o estudo do turismo cultural e de natureza.
- B. Crítica das categorias: produtos turísticos e actividades turísticas
- C. Crítica da categoria económica "Ócio".
- D. Renda turística.
- E. Índices turísticos.
- F. Conceitos de Rota e Circuito.
- G. Estrutura da Economia do Turismo. Produtos finais da Actividade Turística.
- H. A classificação económica da actividade turística. Externalidades, produtividade e competitividade.

5. Geração do valor, produção de mais-valias e cadeias de valor

- A. Uma revolução silenciosa na relação alojamento-património: A nova função $a = f(p)$.
- B. Alojamento, animação, gastronomia e enologia
- C. Fontes de matérias-primas da economia do turismo
- D. Diferenciação entre a indústria do imobiliário e a actividade turística

E. Segmentos produtivos da Economia do Turismo

F. Conta Satélite do Turismo

a. Definição de Conta Satélite

b. Introdução à análise conceptual e crítica da Conta Satélite Nacional.

6. Conceptualização do turismo

A. O Turismo em 4 dimensões científicas:

a. Processo de antropologia sócio-cultural. Universalização e Globalização da acção antrópica

b. Condições histórico-políticas

c. Economia do Turismo

d. Filosofia da Natureza e do Ambiente

B. O Gosto, conceito da Estética e da Sociologia

C. O Belo: Diversidade e unidade da paisagem

D. Distinção entre recursos naturais e matérias-primas da economia do turismo.

E. Forma e essência do recurso turístico

F. A paisagem cultural como recurso turístico

a. Valor de uso e valor de troca

b. Dimensão Física-científica: A ecologia da paisagem

c. Metafísica da paisagem

G. A produção da Mercadoria do Turismo e a reprodução do Capital Turístico

H. Metodologia do Trabalho Científico

I. A relação com a Filosofia e a Ética

J. Fundamentos científicos dos conceitos de Rota e Circuito: Estudos de caso.

K. Diagrama do Turismo Cultural e de Natureza. "Core business".

L. Strategy studies orientation approach tourism "industry"

BIBLIOGRAFIA ESSENCIAL: ECONOMIA E SOCIOLOGIA DO TURISMO

Adams, G. D. "Cultural Tourism: The Arrival of the Intelligent Travler." Museum News, Nov.- Dec. 1995,32-37.

Aitchinson, C., Macleod, E., Shaw, S. *Leisure and Tourism Landscapes. Social and Cultural Geographies*, Londres, Routledge, 2000

American Association of Art Museum Directors. *Statistical Survey of the American Association of Art Museum Directors*. New York: American Association of Art Museums Directors, 1997.

Anderson , M. L. "CyberMuse: *Perils and Plesures of the Virtual Museum.*" Museum News, Nov.-Dec. 1994, p. 37.

Anderson, P., and Roe, B. C. *The Museum Imapact and Evaluation Study*. 3 vols. Chicago: Museum of Science & Industry, 1993.

Avocat, Charles. *Plusieurs Auteurs. Lire le Paysage. Lire Les paysages. Acte du colloque des 24 et 25 novembre 1983.* Université de Saint-Étienne, CIEREC.1996.

Bello, M. *A world of Discovery: An Exploration of Behind -the-Scenes Research in the Arts, Sciences and Humanities*. Washington, D.C.: Smithsonian Institutions Press, 1993.

Bickford, A., Pekarik, A. J., Doering, Z. D., Yalowitz S. S., *Ocean views: A Study of Visitors to the Ocean Planet Exhibition at the National Museum of Natural History*. Report No. 96-5. Washington, D. C.: Institucional Studies Office, Smithsonian Institution, 1996.

Bissel, C. *Marketing Promotions Guide*. Chicago: League of Chicago Theaters, 1985.

Bourdieu, Pierre. *O Poder Simbólico*. Difel, 1989.

- Bryce, H. *Financial and Strategic Management for Nonprofit Organizations*. (2nd ed.) Upper Saddle River, N. J.: prentice Hall, 1992.
- Butler, Richard W. *The Tourism Area Lyfe Cycle v. 2. Conceptual and Theoretical Issues*. Chanel View Publications, ISBN: 1-84541-028-9, 2006
- Caraça, Bento de Jesus, *Conceitos Fundamentais da Matemática*. Lisboa, Gradiva, 2003
- Cohen, E. A Phenomenology of tourist experience. *Sociology*, 13, 179-201, 1979.
- Cohen, E. Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39, 64-82, 1972.
- Cooper, C., Flecher, J., Gilbert, D., Sheperd, R. e Wanhill, S. (1998), *Tourism: Principles and Practice*, Londres, Longman.
- Costa, C. M. M.(2003) (coord.), *Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente Turismo*, Lisboa, Secretaria de Estado do Turismo/Universidade de Aveiro
- Costa, C. M. M. (2001), «An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning», in *The International Journal of Topurism Research*, vol. 3, nº 6, pp. 425-441.
- Costa, Carlos, Turismo e Cultura. *Avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-220)*, in *Separata da Análise Social*, nº175, 2005 e,
- Costa, C. M. M. (1996), *Towards the Improvment of the Efficiency and Effectivness of Tourism Planning and Development at Regional Level: Planning, Organizations and Networks, The case of Portugal*, Inglaterra, Universidade de Surrey, tese de doutoramento.
- Cunha, Licínio. *Economia e Política do Turismo*. Verbo, 2006.
- Cunha, Lúcio, Alarcão, Adília, Queirós, António dos Santos, e outros *Roteiro_ O Oppidum de Conimbriga e as Terras de Sicó*, Conimbriga (1996).
- Csikszentmihalyi, M. "Notes on Art Museum Experiences." In A. Walsh (ed.), *Insights: Museums, Visitors, Attitudes, Expectations: A Focus Group Experiment*. Santa Monica, Calif.: Getty Center for Education in the Arts and J. Paul Getty Museum, 1991.
- Cuvillier, P. (1998), *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. An approche socio-economique*, Paris, L'Harmattan.
- Davies, S. *By Popular Demand: A Strategic Analysis of the Market potential for Museums and Art Galleries in the UK*. London: Museums & Galleries Commission, 1994.
- De Kadt, E. (1979), *Tourism: Passport to Development?*, Oxford, Oxford University Press.
- Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol. III*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1993
- Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.IV-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1994
- Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.IV-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1994
- Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.V-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1995
- Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.V-II*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1995
- Doering, Z. D. *Who Attends Our Cultural Institutions: A progress Report Based on the Smithsonian Institution Marketing Study. Research Note 95-5*. Washington, D. C.: Office of Institutional Studies, Smithsonian Institution, 1995.
- Featherstone, M (1998), *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage (ed. rev.).
- Feldstein, M. (ed.). *The Economics of Art Museum*. Chicago: University of Chicago Press, 1991.
- Ferreira, Ana e Carlos Costa, Carlos, «Novos turistas no centro histórico de Faro», in *Separata da Análise Social*, nº180, 2006
- Finn, M., Elliot-White, M. e Walton, M. (2000), *Tourism and Leisure Research Methods. Data Collection, Analyses and Interpretation*, Harlow, Pearson Education.
- Flanagan, J. *Successful Fundrasing: A Complete Handbook for Volunteers and Professionals*. Chicago: Contemporary Books, 1991.
- Gil, Fernando Bragança Gil. *Algumas Reflexões Sobre Instituições Museais Científicas, Contributo Para O Debate Nacional Sobre Educação*, Visionarium_Vila da Feira, mc²p, 2007

- Gray, S. "Americans' Gifts Top \$ 150 Billion." *Chronicle of Philantropy*, June 12, 1997, pp. 39-42.
- Gumpert, D. E. "How to Really Create a Successful Marketing Plan." Inc., 1994, pp. 39-42.
- Gunn, C. A., *Tourism Planning*, Nova Iorque, taylor and francis, 3.^a ed.
- Gurian, E. H. "Noodling Around with Exhibition Opportunities." In Karp and S. D. Lavine (eds.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Washington, D. C.: Smithsonian Institution Press, 1991.
- Inskeep, E.. *Tourism Planning: An Integrated Sustainable Development Approach*. Nova Iorque, Van Nostrand Reinhold, 1991
- Jackson, R, and Wang, P. *Strategic Database Marketing*. Lincolnwood, Ill.: NTC, 1994.
- Kotler, P. "Atmospheric as a Marketing Tool." *Journal of Retailing*, Winter 1973-1974, pp. 48-64.
- Kotler, P. *Marketing Managment: Analysis, Planning, Implementation and Control*. (9th ed.) Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1997.
- Kotler, P. and Andreasen, A. R. *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. (5th ed.), Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1996.
- Kotler, P. and Sheff, J. *Standing Roo Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. Boston: Harvard Business School Press, 1997.
- Lima dos Santos, Maria de Lurdes, Soares Neves, José, Telmo Gomes, Rui, Henriques da Silva, Raquel e outros. *Inquérito aos Museus de Portugal*, IPM, Lisboa. (2000)
- Lima dos Santos, Maria de Lurdes, Bairrão Oleiro, Manuel, Alves dos Santos, Jorge, Saldanha Nunes, Joana e outros (2005) *O Panorama Museológico em Portugal (2000-2003)*, IPM, Lisboa
- Lopes, Ernâni. *A Constelação do Turismo na Economia Portuguesa*. Lisboa: Edição do Jornal Sol, 2010
- Mackintosh, Robert.. Goeldner, C.R. Brent, Ritchie J.R *Turismo, Planeacion, Administracion Y Perspectivas*. Editor: Limusa Wiley. ISBN: 9789681858223, 1999
- Morand, Jean Cloud. Mollard, Brice. – *Tourisme 2.0*. Paris: M 21 Éditions, 1998
- Plog, Stanley. *Leisure Travel A Marketing Handbook*, Paperback, 272 pages ISBN13:9780130493170. ISBN10: 0130493171_Aug 2003
- Plog, S. Why destination áreas rise and fall in popularity. In: KELLY, E. *Domestic and International Tourism*. Wellsbury: Institute of Certified Travel Agents, 1977.
- Proença, Raul - *Guia de Portugal, vol.I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1991
- Proença, Raul - *Guia de Portugal, vol.II*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1991
- Queirós, António dos Santos, Berliner, Ana, Vasco Rodrigues, Adriano, Ribeiro, Maria Luísa e outros *Roteiro Património Natural e Cultural do Vale do Côa e Além Douro*, bilingue, Português-Epanhol, Conimbriga (2003).
- Queirós, António dos Santos e outros. *Natureza e Ambiente. Representações na Cultura Portuguesa*. Coordenação de Beckert, Cristina. Introdução de Soromenho-Marques, Viriato. Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2001
- Queirós, António dos Santos. *A Ética da Terra e a ultrapassagem de um modelo de "ecologia profunda..Paradigma de um novo Humanismo."* Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2003
- Santos, Figueiredo. *Turismo, Mosaico de Sonhos. Incursões Sociológicas pela Cultura Turística*. Lisboa: Edições Colibri, 2002
- Simões, Orlando, Cristóvão, Artur e outros. *TERN, Turismo em Espaços Rurais e Naturais*. Coimbra: Edições IPC, 2003
- SCHILLER, Friedrich - *Textos Sobre o Belo, O Sublime e o Trágico*. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda, 1997
- SCHILLER, Friedrich – *Sobre a Educação estética do Ser Humano numa série de cartas e outros textos*. Lisboa: Imprensa - Nacional Casa da Moeda, 1997
- Smith, V. *Hosts And Guests: The Anthropology of Yourism*. Philadelphia: University Of Pennsylvania, 1989.

Tribe, John. *The Economics of Leisure and Tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford, 1995
Vieira, João Martins. *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo. Uma perspectiva estratégica*. Lisboa: Verbo, 2007.

WEBGRAFIA

Fontes, INTERNET

Albuquerque, Maria Luís, Godinho, Célia, (2001) *Turismo, Diagnóstico Prospectivo*, GEPE, www.gee.min-economia.pt

Butler, Richard.

http://books.google.pt/books?id=AicuoXTVrU0C&pg=PA1&lpg=PA1&dq=Richard+Butler+TALC&source=bl&ots=6HSUfW0Whl&sig=R_OSwXCuWl85OsJNIEII9zimp0&hl=pt-PT&ei=JxaTS

Encuesta de Gastos Turísticos (EGATUR), 2004, Instituto de Estudios Turísticos, www.iet.tourspain.es

INDUSTRY, TRADE AND SERVICES

http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL

Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), 2004,2005,2006, Instituto de Estudios Turísticos, www.iet.tourspain.es

Informação Estatística, www.ine.pt

Información Estadística, www.ine.es

<http://lac.pt/>

Statistics & Economic, Measurement of Tourism <http://www.world-tourism.org/>

<http://terrassico.lac.pt>

<http://valecoadouro.lac.pt>

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Os discentes serão avaliados tendo em conta os seguintes parâmetros: assiduidade e participação nas aulas e na pesquisa, contribuição para o portfólio de Economia e Sociologia do Turismo e para o trabalho de e:learning
Avaliação Periódica	Trabalhos de estudo aplicado, individuais e de grupo
Avaliação Final	A avaliação final assentará uma prova escrita, baseada no programa. A avaliação contínua e intercalar será relevada na nota final, numa lógica de diacronia e sincronia. Os discentes que obtenham nota igual ou superior a 10 valores terão aproveitamento à disciplina.

OBSERVAÇÕES

Serão distribuídos regularmente textos de apoio, de natureza científica e pedagógica, propriedade intelectual do professor, que serão colocados à disposição dos alunos

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
Terça-feira	12h30 – 13h30	B 260