



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

PH

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO DE GESTÃO TURÍSTICA E CULTURAL

Ano Lectivo de 2004/2005

PROGRAMA DA DISCIPLINA: **PLANEAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TURÍSTICOS**

4º Ano: Anual

Carga Horária: 4 tempos (2 T + 2 TP)

Docente: Dr. Manuel Reis Ferreira - Eq. Prof. Adjunto
Coordenador da Área Científica de Planeamento e Desenvolvimento Turístico

1 – INTRODUÇÃO

O programa da disciplina está estruturado para cobrir as duas grandes áreas do planeamento e desenvolvimento turístico: os destinos turísticos e os macro e micro produtos turísticos.

Faz-se uma abordagem aplicada dos métodos de análise de recursos e de produtos turísticos para conduzir à avaliação do potencial de desenvolvimento turístico.

O desenvolvimento de produtos turísticos surge num contexto de planeamento turístico e não apenas na perspectiva comercial. O marketing é uma matéria que se enquadra neste conteúdo curricular de forma aplicada ao desenvolvimento de produtos e de destinos turísticos.

Aplica-se o conceito de “engenharia de produto” para significar que a concepção do produto existe antes dos meios, do capital, da organização, devendo estes ser colocados ao seu serviço, o que é particularmente importante no caso dos produtos culturais, sendo o seu desenvolvimento uma das preocupações centrais da disciplina.

Foca-se depois o âmbito do destino turístico, numa sequência que conduz aos métodos de planeamento turístico regional e local, integrando o conjunto das matérias na formalização dos planos de desenvolvimento de destinos turísticos

Trata-se a estratégia, a competitividade e os factores-chave de sucesso, o que significa colocar as questões sobre o que é a estratégia e como se formula, sobre a construção de posições competitivas e sobre como se alicerçam os destinos e produtos turísticos.

2 – OBJECTIVOS PEDAGÓGICOS

O percurso pedagógico orientado para a compreensão conceptual e metodológica do planeamento de destinos e de produtos turísticos.

Os alunos ficam também a dominar os processos de desenvolvimento e marketing estratégico de produtos turísticos.

Os alunos ficam a dominar o planeamento turístico nas suas componentes essenciais, cobrindo as matérias que compõem um plano regional ou local.

3 – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Recursos e produtos turísticos
2. Destinos turísticos
3. Engenharia de produtos turísticos
4. Desenvolvimento de produtos de turismo cultural
5. Mercados turísticos e tendências da procura
6. Diagnóstico e prospectiva aplicada aos destinos turísticos
7. Estratégia e política regional e local de turismo
8. Planeamento de destinos turísticos
9. Marketing estratégico Territorial e de destinos turísticos

4 – AVALIAÇÃO

Realização de dois testes escritos, um no final de cada semestre, com a faculdade de consulta de elementos escritos.

Os alunos que participarem regularmente nas aulas, com exigência de presença confirmada em pelo menos dois terços destas, serão considerados em avaliação contínua e poderão ter uma avaliação complementar pela sua participação activa, podendo traduzir-se numa majoração da classificação final até dois valores acima da classificação dos testes.

5 – BIBLIOGRAFIA

Gunn, Clare. *Tourism Planning*. Taylor&Francis. London. 3ª edição. 1993.

Hall, C. Michael. *Tourism Planning - Policies, Processes and Relationships*. Prentice Hall. England. 2000.

Inskip, Edward. *Tourism Planning - An Integrated and Sustainable Development Approach*. John Wiley&Sons. New York. 1991.

OMT. *National and Regional Tourism Planning - Methodologies and Case Studies*. Thomson Business Press. London. 1994.

OMT. *Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais*. 1ª edição. 1993. Madrid.

