
Ano Letivo 2020-21

Unidade Curricular DESENVOLVIMENTO DE EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS

Cursos TURISMO (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 14161237

Área Científica TURISMO E LAZER

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino Presencial e/ou à Distância

Docente Responsável Nélson Manuel da Silva de Matos

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Maria João Ferreira Custódio	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
3º	S1	45TP; 4.5OT	140	5

* A-Anual; S-Semestral; Q-Quadrimestral; T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Pretende-se capacitar o estudante para a compreensão do conceito das experiências turísticas e do seu contributo como proposta de valor acrescentado para as organizações e consumidores. Paralelamente a UC visa reforçar o reconhecimento da importância do desenvolvimento de experiências turísticas únicas e memoráveis como alternativa à oferta tradicional. São ainda objetivos da UC que o estudante compreenda a importância da plataforma relacional e experiencial para a fidelização; aplique os conceitos de turismo e marketing de experiências às organizações; conceba, desenvolva e implemente experiências turísticas para realidades organizacionais de perfis distintos; tome decisões sobre a conceção, desenvolvimento e implementação de experiências turísticas.

Conteúdos programáticos

1. Conceitos basilares da experiência turística memorável.
2. Fatores internos e externos com influência na experiência turística.
3. O desenho e planeamento experiencial
 - 3.1 Trabalho de campo - 1. parte
4. Avaliação, relatório e monitorização da experiência
 - 4.1 Trabalho de campo - 2. parte

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

Os conteúdos programáticos da Unidade Curricular estão estruturados de forma a garantir que os estudantes tenham a possibilidade não só de compreender os conceitos, as metodologias e as técnicas associadas às áreas do Turismo e do Marketing como de os aplicar na conceção e desenvolvimento de uma experiência turística de carácter inovador implementando essa experiência a uma organização real. Neste sentido, os estudantes são incentivados a integrar conhecimentos anteriormente adquiridos noutras unidades curriculares, a integrar novos conceitos no âmbito da experiência turística e, em simultâneo, a aplicar estes conhecimentos à experiência em construção.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

O programa da unidade curricular envolve uma frequência e um trabalho de grupo.

Avaliação da UC:

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 40%) + Exame (peso 60%)
- Avaliação da CAF:
 - . 45% - Teste;
 - . 45% - Trabalho de grupo (conceção, implementação, relatório de uma experiência);
 - . 10% - Avaliação do docente (inclui por exemplo, apresentações orais, trabalhos individuais ou de grupo durante as aulas).
- Dispensa de exame: CAF $\geq$ 12 valores
- Admissão a exame de época normal: CAF $\geq$ 6 valores
- Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF.
- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.
- O aluno pode utilizar a CAF obtida no ano letivo anterior na UC, mediante solicitação prévia, por escrito, ao docente.

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

A metodologia adotada na leção da UC permite alcançar os objetivos definidos na medida em que proporciona a aplicação dos conhecimentos teóricos a um caso concreto de desenvolvimento de uma experiência turística. Deste modo, os estudantes vão tendo oportunidade, de forma progressiva, de esclarecer dúvidas, tomar decisões, implementar soluções e definir estratégias inovadoras.

Bibliografia principal

- Artal-Tur, A., Kozak, M., & Kozak, N. (2019). *Trends in Tourist Behavior*. Springer International Publishing.
- de Matos, N., Mendes, J., & Guerreiro, M. (2020). *Experience Economy Domains in Tourism: Extending the Knowledge and Understanding of Experiences*. In Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations (pp. 192-207). IGI Global.
- Liu, H., Wu, L., & Li, X. (2019). Social media envy: how experience sharing on social networking sites drives millennials aspirational tourism consumption. *Journal of Travel Research*, 58 (3), 355-369.
- Sotiriadis, M., & Gursoy, D. (Eds.). (2016). *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences*. Emerald Group Publishing Limited.
- Vada, S., Prentice, C., & Hsiao, A. (2019). The influence of tourism experience and well-being on place attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 322-330.

Academic Year 2020-21

Course unit DEVELOPMENT OF TOURISM EXPERIENCES

Courses TOURISM

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Classroom teaching and/or Online Teaching

Coordinating teacher Nélson Manuel da Silva de Matos

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Maria João Ferreira Custódio	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	45	0	0	0	0	4.5	0	140

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Not applicable.

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

The objective is to provide the students with an understanding of the experience concept and its contribution as added value proposition for organizations and also consumers. The curricular unit also aims to support the acknowledgement of developing unique and memorable tourism experiences as an alternative to the traditional offer. The curricular unit objectives are to draw the students attention and understanding of the importance of relational and experiential platform for loyalty; to apply the concepts of tourism and experience marketing to organizations; to conceive, develop and implement tourism experiences to different organizational realities, profiles; to make decisions about the design, development and implementation of tourist experiences.

Syllabus

1 Basic concepts of the memorable tourism experience

2. Internal and external factors that influence tourism experiences

3. The design and Experiential planning

3.1. Field work - part 1

4 Evaluation, report and monitoring of the experience

4.1 Field work - part 2

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

The curricular unit program is structured to ensure students have the opportunity not only to understand the concepts, methodologies and techniques associated with Tourism and Marketing, as to apply those same concepts in the design, development and implementation of a innovative tourist experience to a real organization. In this regard, students are encouraged to integrate previously acquired knowledge in other courses, to integrate new concepts within the tourist experience and at the same time to apply this knowledge to the construction of the experience underway.

Teaching methodologies (including evaluation)

The curricular program involves a test and a workgroup (creation of an experience).

The evaluation of the course:

- Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%)
- Evaluation of the CA component:
 - . 45% - Test;
 - . 45% - Work Group (design, implementation and report of an experience);
 - . 10% - Lecturer's Evaluation (e.g., oral presentations, individual or work group assignments done during classes)
- Students with a final CA grade of ≥ 12 are exempt from the exam.
- Admission to the exam during "Epoca normal" period: a final CA grade of ≥ 6 is needed.
- If favorable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.
- In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.
- The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.

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

The methodology used in the curricular unit allows for the objectives defined to be achieved, since it provides the application of the theoretical knowledge to a practical case by the development of a tourist experience. Moreover, students will have the opportunity, in a progressive way, to clear doubts, make decisions, implement solutions and define innovative strategies.

Main Bibliography

Artal-Tur, A., Kozak, M., & Kozak, N. (2019). *Trends in Tourist Behavior*. Springer International Publishing.

de Matos, N., Mendes, J., & Guerreiro, M. (2020). *Experience Economy Domains in Tourism: Extending the Knowledge and Understanding of Experiences*. In Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations (pp. 192-207). IGI Global.

Liu, H., Wu, L., & Li, X. (2019). Social media envy: how experience sharing on social networking sites drives millennials aspirational tourism consumption. *Journal of Travel Research*, 58 (3), 355-369.

Sotiriadis, M., & Gursoy, D. (Eds.). (2016). *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences*. Emerald Group Publishing Limited.

Vada, S., Prentice, C., & Hsiao, A. (2019). The influence of tourism experience and well-being on place attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 322-330.