

---

**Ano Letivo** 2022-23

---

**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**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 812

---

**Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos)** 4;8

---

**Línguas de Aprendizagem** Português

**Modalidade de ensino**

Presencial.

**Docente Responsável**

Nélson Manuel da Silva de Matos

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Nélson Manuel da Silva de Matos	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT
Maria João Ferreira Custódio	OT	OTING	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	42TP; 3OT	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
- 

### **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:
  - . 50% - Teste;
  - . 40% - 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.

### **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.

da Silva deMatos, N. M., de Sá, E. S., & de Oliveira Duarte, P. A. (2021). A review and extension of the flow experience concept. Insights and directions for Tourism research. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100802.

Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology & Marketing*. In press.

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

---

**Academic Year** 2022-23

---

**Course unit** DEVELOPMENT OF TOURISM EXPERIENCES

---

**Courses** TOURISM

---

**Faculty / School** SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

---

**Main Scientific Area**

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 812

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 4;8

---

**Language of instruction** Portuguese

---

**Teaching/Learning modality** Face to face in-class sessions.

**Coordinating teacher** Nélon Manuel da Silva de Matos

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Nélon Manuel da Silva de Matos	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT
Maria João Ferreira Custódio	OT	OTING	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	42	0	0	0	0	3	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

---

## 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:

. 50% - Test;

. 40% - 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  $\geq 12$  are exempt from the exam.

- Admission to the exam during "Epoca normal" period: a final CA grade of  $\geq 6$  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.

### 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.

da Silva deMatos, N. M., de Sá, E. S., & de Oliveira Duarte, P. A. (2021). A review and extension of the flow experience concept. Insights and directions for Tourism research. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100802.

Hosany, S., Sthapit, E., & Björk, P. (2022). Memorable tourism experience: A review and research agenda. *Psychology & Marketing*. In press.

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