
Ano Letivo 2023-24

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 - 4;8 ODS (Indicar até 3 objetivos)

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
Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo	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 A experiência turística memorável
 2. Fatores internos e externos com influência na experiência dos turistas
 3. O plano 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)

Avaliação por frequência:

Teste-50%

Trabalho grupo-40%

Avaliação do docente-10%

- Reúnem as condições de acesso ao teste os estudantes que tenham obtido uma nota mínima de 6 valores no Trabalho de grupo e Avaliação do docente.

- O último teste decorre na data do exame de época normal.

- O estudante que tenha realizado a totalidade das provas obrigatórias da avaliação por frequência sem aprovação não tem acesso ao exame de época normal.

- Os estudantes admitidos, em simultâneo, ao teste final e ao exame de época normal que pretendam optar pelo exame têm de efetuar a inscrição na tutoria eletrónica, no mínimo, até 3 dias úteis antes da realização do teste final.

Avaliação por exame: 100%.

Condições de acesso aos exames (exceto épocas de melhoria e para conclusão do curso):

- Nota mínima de 6 valores no Trabalho de grupo e Avaliação do docente.

Avaliação por frequência ou por exame:

Aprovação com nota final maior ou igual a 10 valores (arredondada às unidades), desde que sejam cumpridos os requisitos de avaliação expressos na FUC.

Metodologias de ensino: aulas teórico-práticas com discussão e trabalho em sala de aula.

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 2023-24

Course unit DEVELOPMENT OF TOURISM EXPERIENCES

Courses TOURISM (1st cycle)

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
Magda Maria Vieira Fernandes Wikesjo	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 tourists' experiences
 3. The experiential plan
 - 3.1. Field work - part 1
 - 4 Evaluation, report, and monitoring of the experience
 - 4.1 Field work - part 2
-

Teaching methodologies (including evaluation)

Continuous assessment:

Test - 50 %;

Group work - 40%

Teacher evaluation -10%

- In order to take the Test, students need a grade of 6 in group work and in teacher evaluation.

-The test will take place at the same time as the 1st exam

- Students who have completed the obligatory components of continuous assessment but have not passed (overall grade of 10 or more) will not be admitted to the 1st exam (época normal) but may take the 2nd exam (época de recurso).

- Students admitted to both the final test and 1st exam (época normal) and who wish to opt for the exam must enrol (via Tutoria platform) up to 3 working days before the date of the final test.

Assessment by exam: 100%.

- 1st, 2nd and special exam periods: a minimum grade of 6 in the group work and in Teacher evaluation.

- Exams for improving the grade or concluding the course: no conditions apply.

Continuous assessment or assessment by exam:

The pass mark is 10 (rounded to the units), as long as all the requirements for assessment as defined in the FUC have been met.

Teaching methodologies: Theoretical-practical classes with discussion and work in the classroom.

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.