

---

**Ano Letivo** 2023-24

---

**Unidade Curricular** ORGANIZAÇÃO E PROMOÇÃO DE ATIVIDADES MARÍTIMO TURÍSTICAS

---

**Cursos** TURISMO (1.º ciclo) (\*)

(\*) Curso onde a unidade curricular é opcional

---

**Unidade Orgânica** Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

---

**Código da Unidade Curricular** 14161255

---

**Área Científica** ECONOMIA

---

**Sigla**

---

**Código CNAEF (3 dígitos)** 314

---

**Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos)** 8:14

---

**Línguas de Aprendizagem** Português.

**Modalidade de ensino**

Presencial.

**Docente Responsável**

Fernando Pereira Antunes Perna

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Fernando Pereira Antunes Perna	OT; TP	TP1; OT1	24TP; 2OT
Maria João Ferreira Custódio	OT; TP	TP1; OT1	13TP; 1OT
Ana Cristina Horta Corvo Dias Pego	TP	TP1	9TP

\* 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	S2	42TP; 3OT	140	5

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

**Precedências**

Sem precedências

**Conhecimentos Prévios recomendados**

Economia do Turismo; Marketing de Organizações Turísticas

### **Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)**

Pretende-se no conjunto que a UC garanta a prossecução dos seguintes objetivos:

01. Posicionar a atividade marítimo turística no âmbito das dinâmicas em curso do crescimento azul na União Europeia.
  02. Compreender e integrar as componentes da atividade marítimo turística no mercado e na acessibilidade à atividade pelos jovens, enquadrando-a como elemento do turismo marinho conectado com o turismo costeiro e turismo sustentável.
  03. Conhecer e explorar as diretrizes comunitárias mais recentes e as opções de acesso ao financiamento da atividade através de fundos comunitários de gestão regional e nacional.
  04. Habilitar o estudante à gestão de estratégias de comunicação focadas no ambiente marinho, lado a lado com práticas de marketing e comunicação baseadas na abordagem humanizada das tecnologias.
  05. Desenvolver com grau de autonomia crescente a simulação de um processo de criação de empresa marítimo turística, com foco na habilitação, mercado, marketing e comunicação.
- 

### **Conteúdos programáticos**

1. A economia azul e o setor do turismo
  - 1.1 Política integrada da UE e o crescimento azul
  - 1.2 O espaço marítimo português
2. A atividade marítima turística no quadro do turismo marinho
  - 2.1 Tipologia de atividades marítimo-turísticas
  - 2.2 O mercado do desporto, lazer e recreação náutica
  - 2.3 Infraestruturas de apoio à atividade: marinas, portos de recreio, fundeadouros, clubes, etc.
3. Acessibilidade ao exercício da atividade marítimo turística
  - 3.1 Habilitações e formação
  - 3.2 Opções de financiamento e perspetivas de mercado
4. Estratégias de comunicação focadas no ambiente marinho da atividade marítimo turística
  - 4.1 Práticas de marketing e comunicação baseadas na abordagem humanizada das tecnologias.
  - 4.2 Comunicação integrada dos eventos náuticos
5. Desenvolvimento de estudo de caso de criação de empresa marítimo turística: teoria e prática.

#### **Metodologias de ensino (avaliação incluída)**

Duas aulas semanais de natureza teórico-prática de 1h30m cada.

#### **Avaliação por frequência (50% + 50%):**

- Formada por dois momentos: trabalho de grupo com discussão oral (50%) e teste (50%).
- Reúnem as condições de acesso ao segundo momento de avaliação, teste, os estudantes que tenham obtido uma nota mínima de 6,0 valores no primeiro momento.
- O segundo momento de avaliação decorre na data do exame de época normal.

#### **Avaliação por exame (100%):**

- Condições de acesso ao exame de Época Normal: ter realizado o primeiro momento de avaliação com nota mínima de 6,0 valores.
- Condições de acesso ao exame de Época Recurso e Estudantes com estatutos previstos em regulamentação própria: ter obtido uma nota mínima de 4,0 valores no primeiro momento de avaliação.
- Épocas de Melhoria e para Conclusão do curso: sem condições.

#### **Avaliação por frequência ou por exame:**

Aprovação com nota final  $\geq 10$  valores (arredondada às unidades) ou superior, desde que sejam cumpridos os requisitos de avaliação expressos na FUC.

---

#### **Bibliografia principal**

Custódio, M. J.; Azevedo, A. & Perna, F. (2018). Sport Events and Local Communities: A Partnership for Placemaking, *Journal of Place Management and Development*, 11 (1), pp. 6-25. Emerald Publishing Limited.

Pego, A.C. (2020). Circularity in Portugal: Features of New Business Challenges. In: *Networked Business Models in the Circular Economy*, pp. 224-240. IGI Global

Perna, F., Custódio, M. J. & Pereira, E. at al. (2023). Guia de Boas Práticas de Sustentabilidade para as Infraestruturas de Apoio ao Turismo Náutico no Litoral, Rios e Albufeiras. Turismo de Portugal

Perna, F., Custódio, M. J. & Oliveira, V. (2016). Economia e Estratégia da Náutica como produto turístico no Crescimento Azul. In *Universidade do Algarve ? Centro de Documentação Europeia (Ed.), A Europa e o Mar: Inovação e Investigação Científica em Portugal*, pp. 127-139. UAAlg - CDE.

---

**Academic Year** 2023-24

---

**Course unit** ORGANIZATION AND PROMOTION OF MARITIME TOURISM ACTIVITIES

---

**Courses** TOURISM (1st cycle) (\*)

(\*) Optional course unit for this course

---

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

---

**Main Scientific Area** ECONOMIA

---

**Acronym**

---

**CNAEF code (3 digits)** 314

---

**Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives)** 8;14

---

**Language of instruction** Portuguese.

---

**Teaching/Learning modality** Onsite.

**Coordinating teacher** Fernando Pereira Antunes Perna

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Fernando Pereira Antunes Perna	OT; TP	TP1; OT1	24TP; 2OT
Maria João Ferreira Custódio	OT; TP	TP1; OT1	13TP; 1OT
Ana Cristina Horta Corvo Dias Pego	TP	TP1	9TP

\* 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

Tourism Economics; Marketing of Tourism Organizations.

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

It is intended in the set that the UC ensures the pursuit of the following objectives:

01. To position the maritime tourism activity within the framework of the ongoing dynamics of blue growth in the European Union.
02. Understand and integrate the components of maritime tourism activity in the market and accessibility to the activity by young people, framing it as an element of marine tourism connected with coastal tourism and sustainable tourism.
03. To know and explore the latest community guidelines and options for access to funding for the activity through community funds of regional and national management.
04. Enable the student to manage communication strategies focused on the marine environment, side by side with marketing and communication practices based on the humanized approach of technologies.
05. Develop with increasing degree of autonomy the simulation of a process of creation of a maritime tourism company, focusing on qualification, market, marketing and communication.

## Syllabus

1. The blue economy and the tourism sector
  - 1.1 EU integrated policy and blue growth
  - 1.2 The maritime space Portuguese
2. Maritime tourism activity in the framework of marine tourism
  - 2.1 Typology of maritime-tourist activities
  - 2.2 The market for sport, leisure and nautical recreation
  - 2.3 Infrastructures to support the activity: marinas, recreational ports, anchorages, clubs, etc.
3. Accessibility to the exercise of the tourist maritime activity
  - 3.1 Qualifications and training
  - 3.2 Financing options and market outlook
4. Communication strategies focused on the marine environment of maritime tourism activity
  - 4.1 Marketing and communication practices based on the humanized approach to technologies.
  - 4.2 Integrated communication of nautical events
5. Development of a case study for the creation of a maritime tourism company: theory and practice.

---

## Teaching methodologies (including evaluation)

Two weekly classes of a theoretical-practical nature of 1h30m each.

Evaluation by frequency (50% + 50%):

- Formed by two moments: group work with oral discussion (50%) and test (50%).
- Meet the conditions of access to the second moment of evaluation, test, students who have obtained a minimum grade of 6.0 values in the first moment.
- The second stage of evaluation takes place on the date of the normal season exam.
- Students admitted simultaneously to the second moment of evaluation and to the Normal Season Exam who wish to opt for the exam must register in the electronic tutoring at least up to 5 working days before the second moment of evaluation.
- The student who has taken all the compulsory tests of the evaluation by frequency without passing does not have access to the Normal Season exam.

Assessment by exam (100%):

- Conditions of access to the Normal Season exam: to have performed only one of the moments of evaluation and, simultaneously, to have obtained a minimum grade of 6.0 values at that moment of evaluation and, simultaneously, to have made the registration referred to in the fourth paragraph of the description of the evaluation by frequency.
- Conditions of access to the examination of Appeal Season and Students with statutes provided for in their own regulations: have obtained a minimum grade of 4.0 values in one of the moments of evaluation.
- Seasons of Improvement and for Completion of the course: no conditions.

Evaluation by frequency or by examination:

Approval with final grade  $\geq 10$  values (rounded to the units) or higher, provided that the evaluation requirements expressed in the FUC are met.

### Main Bibliography

Custódio, M. J.; Azevedo, A. & Perna, F. (2018). Sport Events and Local Communities: A Partnership for Placemaking, *Journal of Place Management and Development*, 11 (1), pp. 6-25. Emerald Publishing Limited.

Pego, A.C. (2020). Circularity in Portugal: Features of New Business Challenges. In: *Networked Business Models in the Circular Economy*, pp. 224-240. IGI Global

Perna, F., Custódio, M. J. & Pereira, E. at al. (2023). Guia de Boas Práticas de Sustentabilidade para as Infraestruturas de Apoio ao Turismo Náutico no Litoral, Rios e Albufeiras. Turismo de Portugal

Perna, F., Custódio, M. J. & Oliveira, V. (2016). Economia e Estratégia da Náutica como produto turístico no Crescimento Azul. In *Universidade do Algarve ? Centro de Documentação Europeia (Ed.), A Europa e o Mar: Inovação e Investigação Científica em Portugal*, pp. 127-139. UALg - CDE.