

---

**Ano Letivo** 2020-21

---

**Unidade Curricular** INOVAÇÃO EM TURISMO

---

**Cursos** TURISMO (2.º ciclo)  
RAMO GESTÃO DE OPERAÇÕES  
RAMO MARKETING TURÍSTICO  
RAMO TURISMO, CULTURA E PATRIMÓNIO  
RAMO GESTÃO DE INFRAESTRUTURAS TURÍSTICAS

---

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

---

**Código da Unidade Curricular** 17841006

---

**Área Científica** TURISMO E LAZER

---

**Sigla**

---

**Línguas de Aprendizagem** A língua de aprendizagem é o Português.

---

**Modalidade de ensino** A modalidade de ensino é Presencial e à Distância.

---

**Docente Responsável** Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos

| DOCENTE                                      | TIPO DE AULA | TURMAS   | TOTAL HORAS DE CONTACTO (*) |
|--|--------------|----------|-----------------------------|
| Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos | OT; TP       | TP1; OT1 | 30TP; 5OT                   |

\* 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 |
|-----|---------------------------|-------------------|--------------------------|------|
| 1º  | S2                        | 30TP; 5OT         | 140                      | 5    |

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

#### Precedências

Sem precedências

#### Conhecimentos Prévios recomendados

Não existem pré-requisitos para a frequência da unidade curricular.

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

No final da unidade curricular, espera-se que o estudante seja capaz de:

- Compreender o conceito de inovação e a sua aplicação ao turismo;
- Identificar os fatores que enformam a inovação em turismo;
- Reconhecer tendências suscetíveis de impulsionar e suportar inovação em turismo;
- Levar a cabo tarefas de planeamento e gestão de inovação no âmbito da organização em que está inserido.

#### Conteúdos programáticos

1. Principais tendências, globais e específicas;
2. O conceito de inovação e respetivas dimensões
3. As diferentes tipologias de inovação;
4. Modelos de Inovação;
5. Estudos de caso\*.

\*No âmbito da unidade curricular é realizado 1 *field trip* com o objetivo de os alunos tomarem conhecimento, *in loco*, de projetos de inovação implementados na região. É igualmente promovida a interação dos estudantes com os promotores e gestores dos respetivos projetos.

---

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

Esta uc baseia-se no reconhecimento de que a inovação em turismo se tornou um imperativo como forma de fazer face ao aumento da competitividade neste sector. Paralelamente, é reconhecido que apenas inovando se conseguem criar e manter vantagens competitivas face à concorrência. Neste sentido, para que os estudantes despertem para as questões relacionadas com os fatores que impulsionam, influenciam e tornam imperativa a inovação em turismo são trabalhados os conteúdos apresentados no ponto 1.

Dada a natureza abrangente do conceito em análise, torna-se necessário promover a compreensão das diferentes dimensões e tipologias subjacentes ao conceito de inovação que serão objeto de explanação nos pontos 2 e 3 dos conteúdos programáticos da unidade curricular.

Com vista a fornecer ferramentas que permitam suportar o desenvolvimento da inovação, são apresentados no ponto 4 diferentes modelos de inovação.

---

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

- Componente de Avaliação por Frequência CAF (peso 100%)
- Avaliação da CAF: Trabalho individual. 100%
- O estudante tem de cumprir com o dever de assiduidade, não podendo faltar a mais do que 25% das horas de contacto previstas.
- Dispensa de exame: CAF > = 10 valores
- Na época de exame de época normal, de recurso, especial de conclusão de curso ou melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

---

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

A unidade curricular visa proporcionar aos estudantes os referenciais teóricos e as ferramentas metodológicas que lhes facultem analisar, compreender e refletir sobre as diferentes dimensões e tipologias de inovação bem como o enquadramento organizacional, social e cultural que possa facilitar ou inibir o desenvolvimento da inovação. Neste sentido, é levada a cabo em sala de aula uma exposição sistemática e organizada da informação, como forma de fornecer aos alunos os referenciais teóricos e as ferramentas metodológicas pertinentes na área de estudo.

Complementarmente e como forma de desenvolver nos estudantes competências de reflexão e de crítica, são apresentados estudos de caso, quer referenciados na literatura quer através da interação com promotores de projetos de inovação de referência a nível regional.

### **Bibliografia principal**

Egger, R., Gula, I., & Walcher, D. (2016). *Open Tourism, Open Innovation, Crowdsourcing and Co-Creation Challenging the Tourism Industry*. Heidelberg: Springer.

Fayos-Solà, E., & Cooper, C. (2019). *The Future of Tourism: Innovation and Sustainability*. Cham: Springer.

Gretze, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electron Markets*, Vol.25, pp.179-188.

Ratten, V., Braga, V., Álvarez-García, J., Rio-Rama, M. C. (2020). *Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity*. Abingdon: Routledge.

Santos, M. C., Veiga, C., & Águas, P. (2016). Tourism services: facing the challenge of new tourist profiles. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 8(6), pp.654-669.

Santos, M. C., Ferreira, A., Costa, C., & Santos, J.A.C. (2020). A Model for the Development of Innovative Tourism Products: From Service to Transformation. *Sustainability*, 12, 4362.

**Academic Year** 2020-21

**Course unit** INNOVATION IN TOURISM

**Courses** TOURISM  
 BRANCH OPERATIONS MANAGEMENT  
 BRANCH TOURISTIC MANAGEMENT  
 BRANCH TOURISM, CULTURE AND HERITAGE  
 BRANCH TOURISTIC INFRASTRUCTURE MANAGEMENT

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

**Main Scientific Area**

**Acronym**

**Language of instruction** The language of instruction is Portuguese.

**Teaching/Learning modality** The teaching modality is Face-to-Face and Distance.

**Coordinating teacher** Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos

| Teaching staff                               | Type   | Classes  | Hours (*) |
|--|--------|----------|-----------|
| Maria Margarida Teixeira Custódio dos Santos | OT; TP | TP1; OT1 | 30TP; 5OT |

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

---

### Contact hours

| T | TP | PL | TC | S | E | OT | O | Total |
|---|----|----|----|---|---|----|---|-------|
| 0 | 30 | 0  | 0  | 0 | 0 | 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

There are no pre-requirements for the frequency of curricular unit.

---

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

At the end of the course, it is expected that the student is able to:

- Understand the concept of innovation and its application to tourism;
- Identify the factors that influence innovation in tourism;
- Recognize trends likely to boost and support innovation in tourism;
- To carry out tasks of planning and management of innovation within the organisation.

---

### Syllabus

1. Main trends, specific and global
2. The concept of innovation and respective dimensions
3. The different types of innovation
4. Models of Innovation
5. Case studies \*

\* Within the curricular unit 1 field trip is organised in order to familiarise students, in situ, of innovation projects developed in the region. Students' interaction with the promoters and managers of the respective projects is also stimulated.

---

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

This cu is based on the recognition that innovation in tourism has become an imperative as a way to cope with increasing competitiveness in this sector. At the same time, it is also recognized that only by innovating, organizations can create and maintain competitive advantages. In this sense, to make students aware of the issues related to the factors that drive, influence and compel innovation in tourism, the contents presented in point 1 are discussed.

Given the comprehensive nature of the concept in question, it is necessary to promote understanding of the various dimensions and types underlying the concept of innovation that will be object of explanation in section 2 and 3 of the syllabus.

In order to provide students with the necessary tools to support the development of innovation, different models of innovation are presented in section 4.

---

### Teaching methodologies (including evaluation)

- Frequency Assessment Component FAC (100%)
- FAC evaluation: Individual assignment - 100%
- The student must comply with the duty of assiduity, and cannot miss more than 25% of the hours of contact provided.
- Dismissed from the exam: FAC  $\geq$  10 values
- Exams (1st call; 2nd call, special call or grade improvement) ? 100% of the classification in the CU

---

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

The curricular unit aims to provide students with the theoretical references and methodological tools that enables them to analyse, understand and reflect on the different dimensions and types of innovation as well as the organisational, social and cultural framework that can facilitate or inhibit the development of innovation. In this sense, a systematic and organized exhibition of information is carried out in the classroom, as a way to provide students with the theoretical references and relevant methodological tools in the study area.

In addition and as a way of developing in the students the necessary reflection and critical skills, case studies are presented, either referenced in the literature or by interaction with promoters of innovation projects developed at the regional level.

---

### Main Bibliography

- Egger, R., Gula, I., & Walcher, D. (2016). *Open Tourism, Open Innovation, Crowdsourcing and Co-Creation Challenging the Tourism Industry*. Heidelberg: Springer.
- Fayos-Solà, E., & Cooper, C. (2019). *The Future of Tourism: Innovation and Sustainability*. Cham: Springer.
- Gretze, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electron Markets*, Vol.25, pp.179-188.
- Ratten, V., Braga, V., Álvarez-García, J., Rio-Rama, M. C. (2020). *Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity*. Abingdon: Routledge.
- Santos, M. C., Veiga, C., & Águas, P. (2016). Tourism services: facing the challenge of new tourist profiles. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 8(6), pp.654-669.
- Santos, M. C., Ferreira, A., Costa, C., & Santos, J.A.C. (2020). A Model for the Development of Innovative Tourism Products: From Service to Transformation. *Sustainability*, 12, 4362.