

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Instituto Politécnico De Bragança

1.1.a. Instituições de Ensino Superior (em associação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril):

[sem resposta]

1.1.b. Outras Instituições de Ensino Superior (estrangeiras, em associação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril):

[sem resposta]

1.1.c. Outras Instituições (em cooperação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril. Vide artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 133/2019, de 3 de setembro, quando aplicável):

[sem resposta]

1.2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

Escola Superior De Comunicação, Administração E Turismo De Mirandela

1.2.a. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação). (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

[sem resposta]

1.3. Designação do ciclo de estudos (PT):

Marketing Turístico

1.3. Designação do ciclo de estudos (EN):

Tourism Marketing

1.4. Grau (PT):

Mestre

1.4. Grau (EN):

Master

1.5. Publicação do plano de estudos em Diário da República.

[Mest_MT.Despacho4154.2016.pdf](#) | PDF | 247.7 Kb

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos. (PT)

Turismo

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos. (EN)

Tourism

**Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento****1.7.1. Classificação CNAEF - primeira área fundamental**

[0812] Turismo e Lazer
Serviços Pessoais
Serviços

1.7.2. Classificação CNAEF - segunda área fundamental, se aplicável

[sem resposta]

1.7.3. Classificação CNAEF - terceira área fundamental, se aplicável

[sem resposta]

1.8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau.

90.0

1.9. Duração do ciclo de estudos

1,5 anos

1.10.1. Número máximo de admissões em vigor.

20

1.10.2. Número máximo de admissões pretendido (se diferente do número em vigor) e respetiva justificação.

[sem resposta]

1.11. Condições específicas de ingresso (PT)

Podem candidatar-se ao ciclo de estudos conducente ao grau de mestre:

- Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal preferencialmente em Turismo ou Marketing, bem como outras licenciaturas ou equivalente legal consideradas afins (áreas científicas afins);*
- Titulares de um grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um 1º ciclo de estudos (CE) organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo preferencialmente em Turismo ou Marketing e áreas científicas afins;*
- Titulares de um grau académico superior estrangeiro, que seja reconhecido, pelo Conselho Técnico-Científico da EsACT-IPB, como satisfazendo os objetivos do grau de licenciado nos domínios acima referidos ou equivalentes;*
- Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido, pelo Conselho Técnico-Científico da EsACT-IPB, como atestando capacidade para realização deste CE.*

1.11. Condições específicas de ingresso (EN)

May apply to access the cycle of studies leading to master's degree:

- Holders of a bachelor degree or legal equivalent awarded by a national HEI, preferably in Tourism or Marketing and other degrees or legal equivalent considered related scientific areas;*
- Holders of a foreign higher academic degree, awarded following a 1st study cycle (SC) organized in accordance with the principles of the Bologna Process by an acceding country, preferably in Tourism, Marketing and related scientific areas;*
- Holders of a foreign higher academic degree that is recognized by the Technical-Scientific Council of the EsACT-IPB as satisfying the objectives of a bachelor's degree in the fields mentioned above or equivalent;*
- Holders of an academic, scientific or professional curriculum vitae recognized by the Technical-Scientific Council of the EsACT-IPB, as attesting the ability to complete this SC.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

1.12. Modalidade do ensino

Presencial (Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto) A Distância (EaD) (Decreto-Lei n.º 133/2019, de 3 de setembro)

1.12.1. Regime de funcionamento, se presencial

Diurno Pós-laboral Outro

1.12.1.1. Se outro, especifique. (PT)

[sem resposta]

1.12.1.1. Se outro, especifique. (EN)

[sem resposta]

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado, se presencial (PT)

EsACT - Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado, se presencial. (EN)

EsACT- School of Public Management, Communication and Tourism

1.14. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República

[RegCreditaçaoIPB71_2019.pdf](#) | PDF | 257.9 Kb

1.15. Observações. (PT)

Com o novo plano de estudos proposto (ponto 4 do Guião), o M2 em Marketing Turístico passará a ter uma segunda área fundamental que será Marketing e Publicidade (Classificação CNAEF - 342) com um peso relativo de 27% do total de ECTS.

1.15. Observações. (EN)

With the proposed new study plan (item 4 - Guide), the SC will have a second fundamental area, which will be Marketing and Advertising (Classification CNAEF - 342) with a relative weight of 27% of the total ECTS.

2. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

2.1. Referência do processo de avaliação anterior.

PERA/2021/1400871

2.2. Data da decisão.

06/01/2022

2.3. Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar | Accredited

2.4. Período de acreditação.

2 anos | 2 years

2.5. A partir de:

31/07/2021

3. Síntese medidas de melhoria

3. Síntese de medidas de melhoria e alterações ao ciclo de estudos desde a avaliação anterior (PT)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

Desde a última avaliação, foram observados avanços significativos no fortalecimento da investigação e produção científica na área fundamental do CE em Turismo e Lazer. O coordenador do curso liderou iniciativas que resultaram em publicações em algumas das melhores revistas indexadas na área fundamental do CE, consolidando a relevância académica do programa.

Foram promovidas colaborações eficazes com investigadores (internos e externos) de U&ID, facilitando a realização de dissertações de mestrado em consonância com projetos de Investigação e desenvolvimento tecnológico (I&DT).

Foi estabelecida uma rede robusta de parceiros internacionais, nomeadamente a rede Stars EU Alliance, impulsionando a mobilidade de docentes e pessoal de apoio. Esta parceria internacional não só enriquece a experiência académica, mas também amplia as oportunidades de pesquisa e colaboração a nível global.

Foram realizados seminários com alumni do CE que permitiram a partilha de experiências de investigação, promovendo um ambiente de aprendizagem contínua e troca de conhecimentos.

Foram promovidos estágios, para os estudantes que ainda não estão inseridos no mercado de trabalho, fortalecendo parcerias com diversas entidades locais, nacionais e internacionais.

Atingiram-se igualmente melhores resultados no que diz respeito ao número de estudantes que concluiu o CE.

Foram implementadas ações de formação para docentes com o objetivo de atualização das metodologias de ensino, tendo em vista as novas metodologias de inovação formativa e pedagógica.

*Foi desenvolvido e implementado o observatório para a monitorização do sucesso escolar.
<https://observatorio.ipb.pt/login/login?returnUrl=%2F>*

*Foi introduzido o programa Mentoring Academy tendo como objetivo a integração, sucesso académico e pessoal dos estudantes.
<https://mentoringacademy.ipb.pt>*

Implementou-se uma melhoria nos processos de gestão de estágios e nos processos de gestão documental transversais para aumento da eficiência administrativa, incluindo processos de índole académicos.

Foi implementado o Projeto Drop@In: Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança. Projeto aprovado com financiamento.

Enriquecimento da experiência académica com a receção de Professor Visitante (período de 1 semestres) e de professores estrangeiros (âmbito mobilidade Erasmus).

Envolvimento de professores e estudantes no projeto DEMOLA. O projeto DEMOLA junta estudantes, docentes e empresas/instituições em resposta a desafios reais ou problemas da comunidade que exigem inovação e onde é necessária uma ampla variedade de competências.

Implementação do Sistema de Garantia e Gestão da Qualidade (SGGQ) <https://sggq.ipb.pt>

Passou a integrar o copo docente1 ETI com grau de Doutor, resultante da concretização de um procedimento concursal para Professor Adjunto e 0,59 ETI de um docente com Título de Especialista em Hotelaria e Restauração que se associou à equipa docente da UC Seminário.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

3. Síntese de medidas de melhoria e alterações ao ciclo de estudos desde a avaliação anterior (EN)

Since the last evaluation, significant progress has been made in strengthening research and scientific production in the core area of the Tourism and Leisure study cycle. The course coordinator has led initiatives that have resulted in publications in some of the best journals indexed in this specific area, consolidating the academic relevance of the program.

Effective collaborations have been fostered with researchers from internal and external research centers, facilitating the completion of master's dissertations in line with Research and Technological Development (R&TD) projects.

A robust network of international partners has been established, namely the Stars EU Alliance network, boosting the mobility of lecturers and support staff. This international partnership not only enriches the academic experience but also expands opportunities for research and collaboration at a global level.

Seminars were held with former EC students to share research experiences, fostering an environment of continuous learning and knowledge exchange.

Internships were promoted for students who are not yet in the job market, strengthening partnerships with various local, national, and international entities.

The best results were also achieved in terms of the number of students who completed the SC.

Training actions were implemented for teachers with the aim of updating teaching methodologies, taking into account new training and pedagogical innovation methodologies.

The observatory for monitoring school success was developed. <https://observatorio.ipb.pt/login/login?returnUrl=%2F>

The Mentoring Academy program was introduced with the aim of student integration and academic and personal success. <https://mentoringacademy.ipb.pt>

Improvements were made to the internship management processes and the Transversal Document Management Processes for administrative efficiency.

The Drop@In Project was implemented: Integration and Academic Success of Students at the Polytechnic Institute of Bragança. Project approved with financing.

Enrichment of the academic experience with the reception of a Visiting Professor (period of 1 semester) and foreign teachers (Erasmus mobility scope).

Involvement in the DEMOLA project. The DEMOLA project brings together students, teachers and companies/institutions in response to real challenges or community problems that require innovation and where a wide variety of skills are needed.

Implementation of the Quality Assurance and Management System (SGGQ) <https://sggq.ipb.pt>

He became part of the teaching staff: 1 ETI with a Doctorate degree, resulting from the completion of a competitive procedure for Adjunct Professor and 0.59 ETI from a teacher with the title of Specialist in Hotel and Restaurant Management who joined the teaching team at UC Seminário.

4. Estrutura curricular e plano de estudos.

4.1. Estrutura curricular

4.1. Estrutura curricular e plano de estudos em vigor, correspondem ao publicado em Diário da República (ponto 1.5)?

Sim Não

4.2. Serão feitas alterações nos dados curriculares?

Sim Não

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.1. Síntese das alterações pretendidas e respetiva fundamentação. (PT)

Apesar de o CE ter sido acreditado no âmbito do Processo PERA/2021/1400871, por dois anos, sem o estabelecimento de qualquer condição por parte do Conselho de Administração da A3ES, a coordenação (Comissão de Curso e Comissão Científica) do CE, os Departamentos envolvidos no CE e ouvidos os órgãos Conselho Técnico-Científico e Pedagógico da IES e a comunidade externa com parceria com o CE., decidiram atender às recomendações de reestruturação do plano de estudos sugeridas pela CAE, a saber:

"A CAE entende que uma reestruturação é essencial, a considerar uma Área Científica secundária, acrescentar uma UC em Marketing de Serviços e uma UC em Marketing Internacional, reduzindo os ECTS em Seminário e equilibrar o número de ECTS no 1º e 2º semestre (30+30)".

Considerando as recomendações propõe-se a reestruturação do plano de estudos do M1 Marketing Turístico de acordo com o seguinte:

- Inclusão de 2 UC novas: Sustentabilidade em Turismo (6 ECTS) e Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos (6 ECTS); suportadas com a redução dos ECTS da UC de Seminário (que passa de 18 ECTS para 6 ECTS).
- É também alterada a UC de Marketing em Organizações Turísticas que dá origem à nova UC de Marketing de Serviços. A UC de Internacionalização em Turismo é também alterada e dá origem à UC de Marketing Internacional.

Desta forma, consegue-se atender às sugestões da CAE que apontava para a inclusão de uma segunda área secundária fundamental em Marketing (342) que vê o seu peso relativo aumentar de 13% para 27%. É igualmente reforçado o compromisso do CE com a sustentabilidade indo ao encontro do estabelecido na Estratégia Nacional de Turismo 2027. A crescente importância da digitalização é também refletida nos conteúdos programáticos das novas unidades curriculares e na reformulação/atualização dos conteúdos das unidades curriculares que se mantêm.

4.2.1. Síntese das alterações pretendidas e respetiva fundamentação. (EN)

Although the CE was accredited under Process PERA/2021/1400871, for two years, without the establishment of any condition by the A3ES Board of Directors, the coordination of the CE, the Departments involved in the CE and after hearing the bodies Technical-Scientific and Pedagogical Council of the IES and and the external community in partnership with the CE, decided to comply with the recommendations for restructuring the study plan suggested by CAE, to know:

"The CAE believes that a restructuring is essential, to consider a secondary Scientific Area, add a UC in Services Marketing and a UC in International Marketing, reducing the ECTS in Seminar and balancing the number of ECTS in the 1st and 2nd semester (30+30)"

Considering the recommendations, it is proposed to restructure the M1 Tourism Marketing study plan according to the following:

- Inclusion of 2 CU news: Sustainability in Tourism (6 ECTS) and Development of Tourism Products and Destinations (6 ECTS) supported by a reduction in the ECTS of the Seminar UC (from 18 ECTS to 6 ECTS).
- The Marketing in Tourism Organizations course has also been altered, giving rise to the new Services Marketing course.
- The Internationalization in Tourism course was also altered and became the International Marketing course.

In this way, the suggestions of the CAE, which pointed to the inclusion of a secondary fundamental scientific srea in Marketing (342), have been met, and its relative weight has increased from 13% to 27%. The EC's commitment to sustainability is also reinforced, in line with the National Tourism Strategy 2027. The growing importance of digitalization is also reflected in the syllabuses of the new curricular units and in the reformulation/updating of the contents of the curricular units that remain.

Mapa II - Percurso Geral

4.1.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (PT):

Percurso Geral

4.1.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (EN):

General Course

4.1.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau

Área Científica	Sigla	ECTS	ECTS Mínimos
Ciências Sociais	CS	6.0	
Informática	Inf	6.0	
Marketing	Mkt	24.0	
Turismo	Tr	24.0	30.0
Total: 4		Total: 60.0	Total: 30.0

4.1.3. Observações (PT)

[sem resposta]

4.1.3. Observações (EN)

[sem resposta]

4.2. Unidades Curriculares

Mapa III - Comportamento do Consumidor Turístico

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Comportamento do Consumidor Turístico

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Tourism Consumer Behaviour

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Mkt

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Mkt

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Enquadrar conceptual e teoricamente o comportamento do consumidor turístico;
2. Identificar e caracterizar os fatores internos determinantes do consumidor turístico;
3. Identificar e caracterizar os fatores externos determinantes do consumidor turístico;
4. Identificar e analisar as várias fases do processo de tomada de decisão do consumidor turístico;
5. Identificar e caracterizar as diversas tipologias de consumidor turístico;
6. Enquadrar o Neuromarketing no comportamento do consumidor turístico.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Conceptual framing and theoretically tourist consumer behavior;
2. Identify and characterise the internal determining factors of the tourist consumer;
3. Identify and characterise the external determining factors of the tourist consumer;
4. Identify and analyse the various stages of the tourist consumer's decision-making process;
5. Identify and characterise the various types of tourist consumer;
6. Framing Neuromarketing in tourist consumer behaviour.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Estudo do comportamento do consumidor
 - Conceito de comportamento do consumidor
 - História do comportamento do consumidor
 - Importância do estudo do comportamento do consumidor
2. O comportamento do consumidor turístico
 - Fatores internos determinantes da procura turística
 - Fatores externos determinantes da procura turística
 - O processo de decisão de compra no turismo
3. Segmentação do mercado turístico
 - Critérios de segmentação
 - Segmentação, targeting e posicionamento
 - Tipologias de consumidores no turismo
4. As Neurociências aplicadas ao consumo
 - Conceito de neuromarketing
 - Os sistemas sensoriais
 - O neuromarketing aplicado ao turismo

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Studying consumer behaviour
 - Concept of consumer behaviour
 - History of consumer behaviour
 - Importance of studying consumer behaviour
2. Tourism consumer behaviour
 - Internal factors determining tourism demand
 - External factors determining tourism demand
 - The purchasing decision process in tourism
3. Tourism market segmentation
 - Segmentation criteria
 - Segmentation, targeting and positioning
 - Types of consumers in tourism
4. Neuroscience applied to consumption
 - The concept of neuromarketing
 - Sensory systems
 - Neuromarketing applied to tourism

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos traduzem os objetivos de aprendizagem da unidade curricular conforme se depreende do relacionamento entre ambos, que se apresenta:

O capítulo um permite dar resposta ao primeiro objetivo de aprendizagem;

O segundo capítulo tem uma correspondência direta com os objetivos, dois, três e quatro de aprendizagem;

O capítulo três dá resposta ao quinto objetivo de aprendizagem;

O quarto capítulo tem como propósito responder ao sexto objetivo de aprendizagem.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The contents of the syllabus reflect the learning objectives of the course, as can be seen from the relationship between them:

Chapter One provides an answer to the first learning objective;

The second chapter corresponds directly to learning objectives two, three and four;

Chapter three answers the fifth learning objective;

The fourth chapter aims to answer the sixth learning objective.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Cada aula terá componentes teóricas e práticas. As metodologias terão ênfase nos métodos ativos, com investigação, estudos de casos, debates, trabalho autónomo entre outros. As aulas complementam-se com a apresentação de trabalhos individuais e/ou em grupo.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Each class will have theoretical and practical components. The methodologies will emphasize active methods, with research, case studies, debates, autonomous work and others. Classes are complemented by individual and/or group presentation of work.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Contínua (Ordinário, Trabalhador) - Época Normal e de Recurso

- Apresentação - 25% (Apresentação e discussão de um artigo científico);

- Trabalho de Investigação - 75% (Elaboração e apresentação de uma revisão de literatura).

Avaliação Final (Ordinário, Trabalhador) - Época Normal, de Recurso e Especial

- Exame escrito (ponderação de 100%).

4.2.14. Avaliação (EN):

Continuous Evaluation (Regular, Student Worker) – Final and Supplementary Periods

- Presentation – 25% (Presentation and discussion of a scientific article);

- Research work - 75% (Preparation and presentation of a literature review).

Final Evaluation ((Regular, Student Worker) – Final, Supplementary and Special Periods

- Written exam (100% weighting).

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A conjugação das metodologias de ensino de caráter teórico-prático, que permitem desenvolver o trabalho de pesquisa, reflexão, e de debate com a metodologia de avaliação aplicada, permitem dar resposta aos vários objetivos de aprendizagem propostos. O trabalho de investigação, no formato de uma revisão de literatura permite a consolidação dos vários objetivos de aprendizagem.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The combination of theoretical-practical teaching methodologies, which allow for the development of research, reflection and debate work, with the assessment methodology applied, allows the various proposed learning objectives to be met. The research work, in the form of a literature review, consolidates the various learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Frochot, I. & Batat, W. (2013). *Marketing and Designing the Tourist Experience*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.

Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: principles, practices, philosophies (Twelfth Edition)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Kastenholz, E. et al. (2014). *Reinventar o turismo rural em Portugal – Cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Aveiro, UA Editora.

Lindstrom, M. (2018). *Buy.Ology – A ciência do neuromarketing*. Reimpressão. Gestãoplus Edições.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Frochot, I. & Bataat, W. (2013). *Marketing and Designing the Tourist Experience*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: principles, practices, philosophies (Twelfth Edition)*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
Kastenholz, E. et al. (2014). *Reinventar o turismo rural em Portugal – Cocriação de experiências turísticas sustentáveis*. Aveiro, UA Editora.
Lindstrom, M. (2018). *Buy.Ology – A ciência do neuromarketing*. Reimpressão. Gestãoplus Edições.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Comunicação em Turismo**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Comunicação em Turismo

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Tourism Communication

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Mkt

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Mkt

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Fornecer o quadro conceitual da comunicação em marketing;
2. Esclarecer as especificidades da comunicação em turismo;
3. Identificar e analisar os diversos elementos da política de comunicação para produtos e destinos turísticos;
4. Compreender as dinâmicas atuais da comunicação em turismo;
5. Analisar a comunicação digital em turismo.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Provide the conceptual framework for marketing communication;
2. Clarify the specificities of tourism communication;
3. Identify and analyse the various elements of communication policy for tourism products and destinations;
4. Understand the current dynamics of tourism communication;
5. Analyse digital communication in tourism.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. A comunicação em marketing
 - Comunicação: âmbito e objetivos
 - A política de comunicação
 - A comunicação nos produtos e nos serviços
2. A comunicação em turismo
 - Definição dos objetivos de comunicação
 - Identificação do público-alvo
 - Desenho da mensagem
 - Seleção dos canais de comunicação
 - Orçamento
 - Mix da comunicação
 - Controlo
3. A comunicação de produtos e destinos turísticos
 - Objetivos da comunicação
 - Os principais meios de comunicação
 - Desenvolvimento de programas de comunicação
4. Formas de comunicação em turismo
 - Evolução dos meios de comunicação tradicionais
 - Comunicação digital no turismo
 - Conteúdos e estratégias de comunicação na web

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Communication in marketing
 - Communication: scope and objectives
 - Communication policy
 - Communication in products and services
2. Communication in tourism
 - Defining communication objectives
 - Identifying the target audience
 - Designing the message
 - Selection of communication channels
 - Budget
 - Communication mix
 - Monitoring
3. Communicating tourism products and destinations
 - Communication objectives
 - The main means of communication
 - Development of communication programs
4. Forms of communication in tourism
 - Evolution of traditional media
 - Digital communication in tourism
 - Content and communication strategies on the web

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos traduzem os objetivos de aprendizagem da unidade curricular conforme se depreende do relacionamento entre ambos, que se apresenta:

- O capítulo um permite dar resposta ao primeiro objetivo de aprendizagem;
- O segundo capítulo tem uma correspondência direta com o segundo objetivo de aprendizagem;
- O capítulo três dá resposta ao terceiro objetivo de aprendizagem;
- O quarto capítulo tem como propósito responder ao quarto e quinto objetivos de aprendizagem.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The contents of the syllabus reflect the learning objectives of the course, as can be seen from the relationship between them:

- Chapter one provides an answer to the first learning objective;
- The second chapter directly corresponds to the second learning objective;
- Chapter three answers the third learning objective;
- The fourth chapter aims to answer the fourth and fifth learning objectives.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Cada aula terá componentes teóricas e práticas. As metodologias terão ênfase nos métodos ativos, com investigação, estudos de casos, debates, trabalho autónomo entre outros. As aulas complementam-se com a apresentação de trabalhos individuais e/ou em grupo.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Each class will have theoretical and practical components. The methodologies will emphasize active methods, with research, case studies, debates, autonomous work and others. Classes are complemented by individual and/or group presentation of work.

4.2.14. Avaliação (PT):

- Avaliação Contínua (Ordinário, Trabalhador) - Época Normal e de Recurso
- Apresentação - 25% (Apresentação e discussão de um artigo científico);
- Trabalho de Investigação - 75% (Elaboração e apresentação de uma revisão de literatura).
- Avaliação Final (Ordinário, Trabalhador) - Época Normal, de Recurso e Especial
- Exame escrito (ponderação de 100%).

4.2.14. Avaliação (EN):

- Continuous Evaluation (Regular, Student Worker) – Final and Supplementary Periods
- Presentation - 25% (Presentation and discussion of a scientific article);
- Research work - 75% (Preparation and presentation of a literature review).
- Final Evaluation ((Regular, Student Worker) – Final, Supplementary and Special Periods
- Written exam (100% weighting).

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A conjugação das metodologias de ensino de caráter teórico-prático, que permitem desenvolver o trabalho de pesquisa, reflexão, e de debate com a metodologia de avaliação aplicada, permitem dar resposta aos vários objetivos de aprendizagem propostos. O trabalho de investigação, no formato de uma revisão de literatura permite a consolidação dos vários objetivos de aprendizagem.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The combination of theoretical-practical teaching methodologies, which allow for the development of research, reflection and debate work, with the assessment methodology applied, allows the various proposed learning objectives to be met. The research work, in the form of a literature review, consolidates the various learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Mourão, L. P., Ferreira, L., & Pinto, J. R. (2021). Portugal e o Turismo. Porto: Book Cover Editora, Lda.
- Sarmiento, E. M., Abranja, N., & Carvalho, R. V. (2022). Plano de Marketing e Marketing Digital na Hotelaria e no Turismo. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas, Lda.
- Worndl, W., Koo, C., & Stienmetz, J.L. (2021). Information and Communication Technologies in Tourism 2021. Proceedings of the ENTER 2021 eTourism Conference.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Mourão, L. P., Ferreira, L., & Pinto, J. R. (2021). *Portugal e o Turismo*. Porto: Book Cover Editora, Lda.
Sarmento, E. M., Abranja, N., & Carvalho, R. V. (2022). *Plano de Marketing e Marketing Digital na Hotelaria e no Turismo*. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas, Lda.
Worndl, W., Koo, C., & Stienmetz, J.L. (2021). *Information and Communication Technologies in Tourism 2021. Proceedings of the ENTER 2021 e Tourism Conference*.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Product and tourism destinations development

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- Compreender o conceito de produto e de destino turístico;
- Identificar oportunidades e desafios no desenvolvimento de produtos diferenciados suscetíveis de valorizar as características endógenas dos territórios e promover o seu desenvolvimento de acordo com os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS);
- Proceder à análise de Destinos Turísticos;
- Planear e desenvolver produtos turísticos que contribuam para a melhoria da experiência de visita;
- Entender a relevância das parcerias entre diversos stakeholders para a atratividade dos produtos e destinos turísticos;
- Compreender o impacto da digitalização e da inteligência artificial no contexto de Produtos e Destinos Turísticos.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- Understand the concept of tourism product and destination;
- Identify opportunities and challenges in the development of differentiated products that can enhance the endogenous characteristics of territories and promote their development in accordance with the Sustainable Development Goals (SDGs);
- Analyse tourist destinations;
- Plan and develop tourism products that contribute to improving the visitor experience;
- Understand the importance of partnerships between different stakeholders for the attractiveness of tourism products and destinations;
- Understand the impact of digitalisation and artificial intelligence in the context of tourism products and destinations.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Produtos turísticos
 - Conceitos fundamentais
 - Evolução e tendências do setor turístico
 - Inovação para a sustentabilidade
2. Planeamento e desenvolvimento de produtos turísticos inovadores
 - Conceção e desenvolvimento de produtos turísticos inovadores
 - Análise e discussão de estudos de caso
3. Produtos turísticos e experiência de visita
 - A importância da experiência de visita no contexto dos produtos turísticos
 - Parcerias entre stakeholders e atratividade de produtos e destinos
 - Análise e discussão de estudos de caso.
4. Análise de Destinos Turísticos
 - Critérios de Análise (acessibilidade, infraestruturas, atrativos Turísticos)
 - A competitividade dos destinos turísticos
 - Tecnologia digital na transformação do setor turístico
 - Destinos inteligentes e sustentabilidade
 - Inteligência artificial: impactos na oferta e gestão de produtos turísticos

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Tourism products
 - Fundamental concepts
 - Evolution and trends in the tourism sector
 - Innovation for sustainability
2. Planning and developing innovative tourism products
 - Design and development of innovative tourism products
 - Analysing and discussing case studies
3. Tourism products and the visitor experience
 - The importance of the visitor experience in the context of tourism products
 - Partnerships between stakeholders and the attractiveness of products and destinations
 - Analysis and discussion of case studies.
4. Analysing tourist destinations
 - Analysis criteria (accessibility, infrastructure, tourist attractions)
 - The competitiveness of tourist destinations
 - Digital technology in the transformation of the tourism sector
 - Smart destinations and sustainability
 - Artificial intelligence: impacts on the supply and management of tourism products

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O Capítulo 1 aborda conceitos fundamentais no desenvolvimento de produtos turísticos, destacando a evolução e tendências do setor de forma inovadora e sustentável. A sustentabilidade é explorada nesta unidade, focando-se em produtos e destinos turísticos.

O Capítulo 2 trata do planeamento e desenvolvimento de produtos turísticos inovadores, visando experiências de visita melhoradas. Identificam-se oportunidades e desafios alinhados com os objetivos de desenvolvimento sustentável.

O Capítulo 3 explora produtos turísticos sob a perspetiva da experiência de visita, destacando a importância e a necessidade de parcerias entre stakeholders.

O Capítulo 4 foca-se em Destinos Turísticos, apresentando critérios para análise com ênfase na competitividade e na influência da tecnologia digital.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Chapter 1 covers fundamental concepts in the development of tourism products, highlighting the evolution and trends in the sector in an innovative and sustainable way. Sustainability is explored in this unit, focusing on tourism products and destinations.

Chapter 2 deals with the planning and development of innovative tourism products, aiming for improved visitor experiences. Opportunities and challenges aligned with sustainable development goals are identified.

Chapter 3 explores tourism products from the perspective of the visitor experience, highlighting the importance and need for partnerships between stakeholders.

Chapter 4 focuses on Tourist Destinations, presenting criteria for analysis with an emphasis on competitiveness and the influence of digital technology.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Cada aula incluirá uma combinação de componentes teóricas e práticas para fornecer aos alunos uma compreensão sólida dos conceitos produto turístico e destino turístico com uma aplicação prática desses conceitos em exemplos concretos. Pretende-se utilizar um método ativo em aulas teórico-práticas através da discussão textos ou outros materiais de trabalho; leitura, apresentação e discussão crítica de textos selecionados relativos a estudos de caso inovadores; e apresentação e discussão de exercícios desenvolvidos pelos alunos. Pretendem-se organizar saídas de campo a empresas/instituições de referência no âmbito do desenvolvimento de produtos turísticos inovadores.

O método interrogativo servirá de estímulo à participação ativa dos estudantes. O método expositivo será também utilizado com recurso a meios audiovisuais. Será sempre indicada bibliografia específica em aulas de apresentação teórica, analítica e metodológica. Sempre que se considere adequado proceder-se-á à sistematização e problematização dos conteúdos lecionados.

Na plataforma virtual (IPBVirtual) são disponibilizados os conteúdos pedagógicos, referências bibliográficas de apoio e fichas orientadoras do estudo.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Each class will include a combination of theoretical and practical components to provide students with a solid understanding of the concepts of tourism product and tourism destination with a practical application of these concepts in concrete examples. It is intended to use an active method in theoretical-practical classes through discussion of texts or other working materials; reading, presentation and critical discussion of selected texts relating to innovative case studies; and presentation and discussion of exercises developed by the students. The aim is to organise field trips to leading companies/institutions in the field of developing innovative tourism products.

The interrogative method will serve as a stimulus for active student participation. The expository method will also be used with audiovisual aids. Specific bibliography will always be indicated in theoretical, analytical and methodological classes. Whenever deemed appropriate, the contents taught will be systematised and problematised.

On the virtual platform (IPBVirtual), teaching content, supporting bibliographical references and study guide sheets will be made available.

4.2.14. Avaliação (PT):

Irá ser adotada uma avaliação contínua que incidirá na elaboração de um trabalho prático em grupo 100% (70% parte escrita + 30% apresentação) relacionado com o desenvolvimento de um produto turístico inovador.

4.2.14. Avaliação (EN):

Continuous assessment will focus on the preparation of a 100 per cent practical group assignment (70 per cent written + 30 per cent presentation) related to the development of an innovative tourism product.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A combinação de componentes teóricas e práticas permite que os alunos adquiram uma compreensão sólida dos conceitos teóricos e que, em seguida, apliquem esses conceitos em atividades práticas, como estudos de caso e trabalhos de grupo, contribuindo para os objetivos de aprendizagem 1, 2, 4 e 5.

A análise e discussão dos estudos de caso promovem a expressão de opiniões, a partilha de perspetivas e o debate de diferentes abordagens e estratégias no desenvolvimento de produtos turísticos inovadores, contribuindo para todos os objetivos de aprendizagem. A elaboração e apresentação de um trabalho de grupo permite que os alunos procedam à identificação e desenvolvimento de produtos turísticos inovadores tendo em conta as características dos destinos turísticos, envolvendo a pesquisa, análise crítica e síntese de informações, contribuindo para todos os objetivos de aprendizagem.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The combination of theoretical and practical components allows students to gain a solid understanding of theoretical concepts and then apply these concepts in practical activities such as case studies and group work, contributing to learning objectives 1, 2, 4 and 5.

Analysing and discussing case studies promotes the expression of opinions, the sharing of perspectives and the debate of different approaches and strategies in the development of innovative tourism products, contributing to all the learning objectives.

The preparation and presentation of group work enables students to identify and develop innovative tourism products taking into account the characteristics of tourist destinations, involving research, critical analysis and synthesis of information, contributing to all the learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

*Hall, M.C. & Williams, A.M. (2019). *Tourism and Innovation (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility)*. New York: Routledge*

*Morrison, A. M. (2023). *Marketing and managing tourism destinations*. Taylor & Francis*

*Prieto, Maísa (2020). *DESIGN THINKING FOR TOURISM PRODUCT DEVELOPMENT: Application of Design Thinking techniques to achieve sustainable and memorable tourism experiences* Paperback. *Sciencia Scripts*. 236p.*

*Sándorová, Z., Repáková, T., Palenčíková, Z., & Beták, N. (2020). *Design thinking-A revolutionary new approach in tourism education?*. *Journal of hospitality, leisure, sport & tourism education*, 26, 100238.*

*Sigala, M.; Rahimi, R. & Thelwall, M. (Eds) (2020). *Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality: Managerial Approaches, Techniques, and Applications*. Singapore: Springer-Verlag*

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

*Hall, M.C. & Williams, A.M. (2019). *Tourism and Innovation (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility)*. New York: Routledge.*

*Morrison, A. M. (2023). *Marketing and managing tourism destinations*. Taylor & Francis*

*Prieto, Maísa (2020). *DESIGN THINKING FOR TOURISM PRODUCT DEVELOPMENT: Application of Design Thinking techniques to achieve sustainable and memorable tourism experiences* Paperback. *Sciencia Scripts*. 236p.*

*Sándorová, Z., Repáková, T., Palenčíková, Z., & Beták, N. (2020). *Design thinking-A revolutionary new approach in tourism education?*. *Journal of hospitality, leisure, sport & tourism education*, 26, 100238.*

*Sigala, M.; Rahimi, R. & Thelwall, M. (Eds) (2020). *Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality: Managerial Approaches, Techniques, and Applications*. Singapore: Springer-Verlag*

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Dissertação

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Dissertação

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Thesis

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

810.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - OT-40.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

30.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ricardo Alexandre Fontes Correia - 0.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

- 1. Aplicar os conhecimentos adquiridos em metodologias de investigação.*
- 2. Aplicar conhecimentos sobre os temas da atualidade científica em Marketing Turístico, e áreas afins, através da participação em palestras e seminários.*
- 3. Elaborar o estado da arte de um tema de I&D ou aplicação profissional em Marketing Turístico*
- 4. Realizar um trabalho de investigação científico, com publicação dos resultados obtidos através da elaboração de uma dissertação.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Apply the knowledge acquired in research methodologies.*
- 2. Apply knowledge of current scientific issues in Tourism Marketing and related areas through participation in lectures and seminars.*
- 3. Prepare a state-of-the-art report on an R&D topic or professional application in Tourism Marketing.*
- 4. Carry out scientific research and publish the results obtained through a Thesis.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Metodologias de Investigação e Anteprojeto.*
 - Processos, metodologias e práticas associadas à investigação científica em Marketing Turístico.*
 - Estado da arte de um tema de I&D ou aplicação profissional em Marketing Turístico.*
- 2. Seminários/Workshops.-*
 - Realização de seminários proferidos por elementos exteriores à instituição.*
- 3. Dissertação.*
 - Realização de um trabalho de investigação científica, com publicação dos resultados obtidos.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. *Research methodologies and preliminary design.*
 - *Processes, methodologies and practices associated with scientific research in Tourism Marketing.*
 - *State of the art of an R&D topic or professional application in Tourism Marketing.*
2. *Seminars/Workshops.*
 - *Seminars delivered by external specialists.*
3. *Thesis.*
 - *Development of a scientific research with the results publication.*

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos da unidade curricular "Dissertação" estão alinhados com os objetivos de aprendizagem. Em "Metodologias de Investigação e Anteprojeto", são abordados processos de pesquisa em Marketing Turístico, promovendo a aplicação prática dos conhecimentos (Obj. 1). Os "Seminários/Workshops" proporcionam a aplicação dos temas atuais em Marketing Turístico, reforçando a participação em eventos externos (Obj. 2). Já em "Dissertação", os estudantes aplicam o conhecimento no desenvolvimento do estado da arte e na realização de pesquisas científicas, alinhando-se aos Objetivos 3 e 4, com ênfase na publicação dos resultados. Esta abordagem integradora e prática de maneira eficaz, capacitando os alunos para contribuírem significativamente para a pesquisa em Marketing Turístico.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The contents of the "Thesis" curricular unit are aligned with the learning objectives. In "Research Methodologies and Preliminary Project", research processes in Tourism Marketing are addressed, promoting the practical application of knowledge (Obj. 1). The "Seminars/Workshops" provide the application of current topics in Tourism Marketing, reinforcing participation in external events (Obj. 2). In "Thesis", students apply their knowledge to developing the state of the art and carrying out scientific research, in line with Objectives 3 and 4, with an emphasis on publishing the results. This approach effectively integrates theory and practice, enabling students to make a significant contribution to tourism marketing research.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Orientação tutorial durante todo o período letivo em que decorre o trabalho de dissertação.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Tutorial guidance throughout the academic period that follows the work of thesis.

4.2.14. Avaliação (PT):

De acordo com as Normas Regulamentares dos Mestrados do IPB.

4.2.14. Avaliação (EN):

In accordance with the IPB Master's Degree Regulations

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino e avaliação seguem o disposto nas Normas Regulamentares dos Mestrados do IPB que por sua vez estiveram na origem da determinação dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching and assessment methodologies follow the provisions of the IPB Master's Degree Regulations, which in turn were behind the determination of the course unit's learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th Edi.). Sage publications.
2. Reis, F. (2022). *Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático*. (2. a edi.) Lisboa: Edições Sílabo.
3. Vilelas, J. (2020). *Investigação: O processo de construção do conhecimento* (3. a edi.). Lisboa: Edições Sílabo.
4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th Edi.). Sage publications.
2. Reis, F. (2022). *Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático*. (2. a edi.) Lisboa: Edições Sílabo.
3. Vilelas, J. (2020). *Investigação: O processo de construção do conhecimento* (3. a edi.). Lisboa: Edições Sílabo.
4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Estágio**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Estágio

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Interpreneurship

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

810.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - OT-40.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

30.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ricardo Alexandre Fontes Correia - 0.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Aplicar conhecimentos de maneira prática sobre temas da atualidade científica em Marketing Turístico e áreas afins.
2. Aplicar conhecimentos, ferramentas e técnicas necessárias para o desenvolvimento das tarefas propostas no estágio.
3. Organizar, planear e programar as tarefas no tempo.
4. Avaliar os resultados obtidos no decurso do estágio.
5. Capacidade de análise, de síntese e reflexão crítica.
6. Capacidade para sustentar a pertinência e adequabilidade das tarefas desenvolvidas no estágio perante um júri.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

- 1. Apply knowledge in an applied way to current scientific topics in tourism marketing and related areas.*
- 2. Apply the knowledge, tools, and techniques necessary for developing the tasks proposed in the internship.*
- 3. Organise, plan, and schedule tasks in a timely manner.*
- 4. Evaluate the results obtained during the internship.*
- 5. Demonstrate capacity for analysis, synthesis, and critical reflection.*
- 6. Exhibit ability to support the relevance and suitability of the tasks carried out during the internship.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

O plano de estágio a desenvolver deverá abranger, de forma genérica, as áreas globais do Marketing Turístico pondo em prática a proposta de estágio elaborada na unidade curricular de Seminário. Assim, cada estágio terá os seus conteúdos específicos.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

The internship plan must cover the global areas of tourism marketing in a generic way, implementing the internship plan proposal prepared in the Seminar curricular unit. Thus, each internship will have its specific content.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos estágio remetem para todo o conteúdo lecionado durante esta formação de 2º ciclo. Estes conteúdos são adequados para permitirem alcançar os objetivos de aprendizagem da unidade curricular de acordo com o definido em cada plano de estágio.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The internship programmatic contents refer to all the content taught during this 2nd cycle of studies. These contents are suitable to enable the learning objectives of the curricular unit to be achieved following what is defined in each internship proposal.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Orientação tutorial durante todo o período letivo em que decorre o estágio.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Tutorial guidance throughout the academic period in which the internship takes place.

4.2.14. Avaliação (PT):

De acordo com as Normas Regulamentares dos Mestrados do IPB.

4.2.14. Avaliação (EN):

In accordance with the IPB Master's Degree Regulations

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino e avaliação seguem o disposto nas Normas Regulamentares dos Mestrados do IPB que por sua vez estiveram na origem da determinação dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching and assessment methodologies follow the provisions of the IPB Master's Degree Regulations, which in turn were behind the determination of the course unit's learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- 1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th Edi.). Sagepublications.*
- 2. Reis, F. (2022). Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático. (2.a edi.) Lisboa: Edições Sílabo.*
- 3. Vilelas, J. (2020). Investigação: O processo de construção do conhecimento (3.a edi.). Lisboa: Edições Sílabo.*
- 4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). Metodologia para a investigação social. Lisboa: Escolar Editora.*

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th Edi.)*. Sagepublications.
2. Reis, F. (2022). *Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático. (2.a edi.)* Lisboa: Edições Sílabo.
3. Vilelas, J. (2020). *Investigação: O processo de construção do conhecimento (3.a edi.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora.

4.2.17. Observações (PT):

N.A.

4.2.17. Observações (EN):

N.A.

Mapa III - Inovação em Turismo**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Inovação em Turismo

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Innovation in Tourism

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

- *Catarina Alexandra Alves Fernandes - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Com esta unidade curricular pretende-se que os alunos sejam capazes de:

1. Compreender o conceito de inovação e a sua evolução;
2. Conhecer e compreender as tipologias de inovação;
3. Identificar e entender as especificidades da inovação nos serviços em geral e no Turismo em particular, bem como os seus determinantes;
4. Compreender a dimensão territorial no processo de inovação, com ênfase nos modelos e redes de inovação;
5. Compreender a relação entre a inovação e o empreendedorismo, nomeadamente o papel da digitalização;
6. Identificar, compreender e avaliar os desafios inerentes à implementação de projetos inovadores, quer a nível macro quer a nível micro.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

With this curricular unit it is intended that the students are able to:

1. Understand the concept of innovation and its evolution;
2. Know and to understand the typologies of innovation;
3. Identify and understand the specificities of innovation in services in general and in Tourism in particular, as well as its determinants;
4. Understand the territorial dimension in the innovation process, with emphasis in the innovation models and networks;
5. Understand the relationship between innovation and entrepreneurship, namely the role of digitalization;
6. Identify, understand and evaluate the challenges inherent to the implementation of innovative projects, both at macro and micro level.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. *Concetualização da Inovação*
 - *Conceito de inovação e sua evolução*
 - *Tipologias de inovação*
2. *Inovação no Turismo*
 - *Especificidades da inovação nos serviços*
 - *Especificidades e tipologias da inovação no turismo*
 - *Facilitadores e barreiras à inovação no turismo*
3. *Inovação Territorial no Turismo*
 - *Perspetiva sistémica aplicada ao turismo*
 - *Modelos de inovação com base no território*
 - *Redes de inovação*
4. *Inovação e Empreendedorismo*
 - *Digitalização e modelos de negócios*
 - *Gestão da inovação nas organizações*
5. *Desafios na Condução de Projetos Inovadores*
 - *Desafios ao nível dos destinos turísticos*
 - *Desafios ao nível das organizações*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. *Conceptualization of Innovation*
 - *Concept of innovation and its evolution*
 - *Typologies of innovation*
2. *Innovation in Tourism*
 - *Specificities of innovation in services*
 - *Specificities and typologies of innovation in tourism*
 - *Facilitators and barriers to innovation in tourism*
3. *Territorial Innovation in Tourism*
 - *Systemic perspective applied to tourism*
 - *Innovation models based on the territory*
 - *Innovation networks*
4. *Innovation and Entrepreneurship*
 - *Digitalization and business models*
 - *Innovation management in organizations*
5. *Challenges in Conducting Innovative Projects*
 - *Challenges at destination level*
 - *Challenges at the organization level*

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos estão diretamente relacionados com os objetivos definidos. Em concreto:

- O capítulo 1 está em linha com os objetivos 1 e 2.
- O capítulo 2 surge em conformidade com o objetivo 3.
- O capítulo 3, tendo por base a premissa de que o território ao fornecer, em maior ou menor grau, um conjunto de recursos (por exemplo, conhecimento) desempenha um papel relevante na inovação, analisa os modelos de inovação com base no território e as redes de inovação, estando assim diretamente relacionado com o objetivo 4.
- O capítulo 4 analisa a relação entre a inovação e o empreendedorismo, destacando o papel dos empreendedores enquanto "destruidores criativos" e da digitalização na forma como as organizações estruturam e gerem o seu negócio e o processo de inovação, em consonância com o objetivo 5.
- O capítulo 5 discute os múltiplos desafios que se colocam na condução de projetos inovadores, estando pois alinhado com o objetivo 6.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus is directly related to the defined objectives. Specifically:

- Chapter 1 is in line with objectives 1 and 2.
- Chapter 2 is in line with objective 3.
- Chapter 3, based on the premise that the territory, by providing, to a greater or lesser extent, a set of resources (e.g. knowledge), plays a relevant role in innovation, analyzes territory-based innovation models and innovation networks, and is thus directly related to objective 4.
- Chapter 4 analyses the relationship between innovation and entrepreneurship, highlighting the role of entrepreneurs as "creative destroyers" and of digitalization in the way organizations structure and manage their business and the innovation process, in line with objective 5.
- Chapter 5 discusses the multiple challenges involved in running innovative projects and is therefore aligned with objective 6.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A unidade curricular será lecionada através da exposição oral de conteúdos programáticos, seguida da análise e discussão de estudos de caso reais e artigos científicos. De modo a fomentar o envolvimento dos alunos no processo de aprendizagem e a sua capacidade de análise crítica será promovida a sua participação ativa (momentos ativos de aprendizagem) quer dentro quer fora da sala de aula (por exemplo, através de debates em que os alunos aplicam os conhecimentos adquiridos e partilham as suas opiniões e da pesquisa individual de informação nas diferentes bases de dados). Ainda, ao longo do semestre os alunos são convidados a fazer apresentações em aula.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The curricular unit will be taught through the oral presentation of syllabus contents, followed by the analysis and discussion of real case studies and scientific papers. In order to foster students' involvement in the learning process and their capacity of critical analysis, their active participation will be promoted (active learning moments) both inside and outside the classroom (e.g. through debates in which students apply the acquired knowledge and share their opinions and through individual research of information in different databases). Also, throughout the semester students are invited to make presentations in class.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (PT):

A avaliação da unidade curricular ocorrerá de forma contínua ao longo de todo o semestre com as seguintes componentes:

- Temas de desenvolvimento através da elaboração de um artigo científico ou em alternativa um estudo de caso, com apresentação obrigatória;
- Apresentações sobre dois tópicos da matéria previamente definidos;
- Exame final escrito.

4.2.14. Avaliação (EN):

The assessment of the curricular unit will take place continuously throughout the semester with the following components:

- Development topics through the preparation of a scientific paper or alternatively a case study, with mandatory presentation;
- Presentations on two topics previously defined;
- Final written exam.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A abordagem expositiva dos conteúdos seguida da aplicação prática dos mesmos, em que se promove a participação ativa dos alunos através da análise de casos de estudo e artigos científicos, possibilita uma melhor aquisição de conhecimentos e competências, estimula o pensamento crítico e a capacidade de análise, permitindo assim alcançar os objetivos definidos para a unidade curricular. Também, as diferentes componentes de avaliação fomentam um processo de aprendizagem mais efetivo e estimulante e potenciam uma visão mais abrangente e estruturada do conhecimento, por exemplo através da elaboração de um artigo científico, em conformidade com os objetivos estabelecidos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The expositive approach of the contents followed by their practical application, in which the active participation of students through the analysis of case studies and scientific papers is promoted, allows a better acquisition of knowledge and skills, stimulates critical thinking and analysis capacity, thus allowing the achievement of the objectives defined for the curricular unit. Also, the different assessment components foster a more effective and stimulating learning process and enhance a more comprehensive and structured view of knowledge, for example through the preparation of a scientific paper, in accordance with the objectives set.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Brandão, F., & Costa, C. (2014). Inovação em turismo: Uma abordagem sistémica e territorial. In C. Costa, F. Brandão, R. Costa, & Z. Breda (Eds.), *Produtos e Competitividade do Turismo na Lusofonia (volume II, pp. 69-89)*. Escolar Editora.
- Cooper, C., & Fayos-Solà, E. (Eds.) (2018). *The future of tourism: Innovation and sustainability*. Springer.
- Egger, R., Gula, I., & Walcher, D. (Eds.) (2016). *Open tourism: Open innovation, crowdsourcing and co-creation challenging the tourism industry*. Springer.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Tourism and innovation (2nd ed.)*. Routledge.
- Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12
- Ratten, V., Álvarez-García, J., Rio-Rama, M. C., & Braga, V. (Eds.) (2019). *Tourism innovation: Technology, sustainability and creativity*. Routledge.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Brandão, F., & Costa, C. (2014). Inovação em turismo: Uma abordagem sistémica e territorial. In C. Costa, F. Brandão, R. Costa, & Z. Breda (Eds.), *Produtos e Competitividade do Turismo na Lusofonia (volume II, pp. 69-89)*. Escolar Editora.
- Cooper, C., & Fayos-Solà, E. (Eds.) (2018). *The future of tourism: Innovation and sustainability*. Springer.
- Egger, R., Gula, I., & Walcher, D. (Eds.) (2016). *Open tourism: Open innovation, crowdsourcing and co-creation challenging the tourism industry*. Springer.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2019). *Tourism and innovation (2nd ed.)*. Routledge.
- Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12
- Ratten, V., Álvarez-García, J., Rio-Rama, M. C., & Braga, V. (Eds.) (2019). *Tourism innovation: Technology, sustainability and creativity*. Routledge.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Marketing de Serviços

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing de Serviços

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Services Marketing

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Mkt

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Mkt

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ricardo Alexandre Fontes Correia - 45.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1 - Compreender os conceitos fundamentais do Marketing de Serviços e a sua aplicação no setor turístico.*
- 2 - Analisar as características diferenciadoras dos serviços e as implicações dessas diferenças para o desenvolvimento de estratégias de marketing eficazes.*
- 3 - Explorar os elementos-chave do Mix do Marketing de Serviços.*
- 4 - Desenvolver competências para a gestão da qualidade de serviços.*
- 5 - Analisar a importância da gestão da experiência do cliente no marketing de serviços.*
- 6 - Compreender as etapas do ciclo de serviço e identificar pontos de contato críticos para a criação de experiências positivas.*
- 7 - Explorar o papel da digitalização e da inteligência artificial no Marketing de Serviços.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- 1 - Understand the fundamental concepts of Services Marketing and its application in the tourism sector.*
- 2 - Analyze the differentiating characteristics of services and the implications of these differences for the development of effective marketing strategies.*
- 3 - Explore the key elements of the Services Marketing Mix.*
- 4 - Develop skills for service quality management.*
- 5 - Analyze the importance of customer experience management in services marketing.*
- 6 - Understand the stages of the service cycle and identify critical touch points for creating positive experiences.*
- 7 - Explore the role of digitalization and artificial intelligence in Service Marketing.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1 - *Introdução ao Marketing de Serviços*
- 2 - *Estratégias de Marketing de Serviços:*
 - *Desenvolvimento de propostas de valor para serviços turísticos*
 - *Estratégias de pricing para serviços turísticos*
 - *Promoção e comunicação de serviços turísticos*
- 3 - *Gestão da Qualidade de Serviços:*
 - *Medição e avaliação da qualidade de serviços turísticos*
 - *Ferramentas e técnicas para melhorar a qualidade de serviços turísticos*
 - *Gestão de reclamações e resolução de problemas em serviços turísticos*
- 4 - *Gestão da Experiência do Cliente:*
 - *O conceito de experiência do cliente e de customer journey no setor turístico*
 - *Design de experiência do cliente em serviços turísticos*
 - *Gestão do relacionamento com o cliente em serviços turísticos*
- 5 - *Digitalização e Inteligência Artificial no Marketing de Serviços:*
 - *O papel da digitalização no setor turístico e nos serviços*
 - *Tendências e inovações digitais no marketing de serviços turísticos*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1 - *Introduction to Services Marketing*
- 2 - *Services Marketing Strategies:*
 - *Developing value propositions for tourism services*
 - *Pricing strategies for tourism services*
 - *Promotion and communication of tourism services*
- 3 - *Service Quality Management:*
 - *Measuring and evaluating the quality of tourism services*
 - *Tools and techniques for improving the quality of tourism services*
 - *Complaint management and problem solving in tourism services*
- 4 - *Customer Experience Management:*
 - *The concept of customer experience and customer journey in the tourism sector*
 - *Customer experience design in tourism services*
 - *Customer relationship management in tourism services*
- 5 - *Digitalization and Artificial Intelligence in Services Marketing:*
 - *The role of digitalization in the tourism sector and services*
 - *Digital trends and innovations in tourism services marketing*

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos da unidade curricular de Marketing de Serviços estão em total coerência com os objetivos de aprendizagem estabelecidos. O Capítulo 1 introduz os conceitos fundamentais do Marketing de Serviços aplicados ao setor turístico (Objetivo 1). O Capítulo 2 explora as características diferenciadoras dos serviços e as suas implicações nas estratégias de marketing (Objetivo 2). O Capítulo 3 aborda os elementos-chave do Mix de Marketing de Serviços (Objetivo 3). O Capítulo 4 concentra-se na gestão da qualidade de serviços no setor turístico (Objetivo 4). O Capítulo 5 discute a importância da gestão da experiência do cliente no marketing de serviços turísticos, abrangendo as etapas do ciclo de serviço e identificando pontos de contato críticos (Objetivos 5 e 6). O Capítulo 6 explora o papel da digitalização e inteligência artificial no Marketing de Serviços aplicado ao turismo (Objetivo 7).

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The course contents of the Services Marketing curricular unit are in total coherence with the established learning objectives. Chapter 1 introduces the fundamental concepts of Services Marketing applied to the tourism sector (Objective 1). Chapter 2 explores the differentiating characteristics of services and their implications for marketing strategies (Objective 2). Chapter 3 addresses the key elements of the Services Marketing Mix (Objective 3). Chapter 4 focuses on service quality management in the tourism industry (Objective 4). Chapter 5 discusses the importance of customer experience management in tourism service marketing, covering the stages of the service cycle and identifying critical touch points (Objectives 5 and 6). Chapter 6 explores the role of digitalization and artificial intelligence in Service Marketing applied to tourism (Objective 7).

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As metodologias de ensino para a unidade curricular de Marketing de Serviços serão centradas numa abordagem dinâmica e interativa. As aulas combinarão componentes teóricas e práticas, visando fornecer aos alunos uma compreensão sólida dos conceitos de marketing de serviços e a sua aplicação no setor turístico. Serão utilizadas atividades práticas, como estudos de caso, pesquisas de mercado e análise de tendências, permitindo que os alunos apliquem os conceitos aprendidos em situações reais. Além disso, serão incentivados debates em sala de aula, nos quais os alunos poderão expressar as suas opiniões, compartilhar perspectivas e discutir estratégias de marketing de serviços turísticos.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching methodologies for the Services Marketing curricular unit will focus on a dynamic and interactive approach. Classes will combine theoretical and practical components, aiming to provide students with a solid understanding of the concepts of services marketing and its application in the tourism sector. Practical activities such as case studies, market research, and trend analysis will be used, allowing students to apply the concepts learned in real-life situations. In addition, class discussions will be encouraged in which students can express their opinions, share perspectives, and discuss strategies for marketing tourism services.

4.2.14. Avaliação (PT):

Irá ser adotada uma avaliação contínua que terá duas componentes: Temas de Desenvolvimento através da elaboração e apresentação de um artigo científico e Estudo de Casos correspondentes à análise de boas práticas no âmbito de Serviços.

4.2.14. Avaliação (EN):

A continuous assessment will be adopted that will have two components: Development Topics through the elaboration and presentation of a scientific paper and Case Studies corresponding to the analysis of good practices within Services.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A combinação de componentes teóricas e práticas, como estudos de caso, pesquisas de mercado e análise de tendências, permite que os alunos adquiram uma compreensão sólida dos conceitos de marketing de serviços e a sua aplicação no setor turístico, respondendo aos objetivos de aprendizagem 1, 3 e 6. Os debates em sala de aula estimulam a expressão de opiniões, a partilha de perspectivas e a discussão de estratégias de marketing de serviços turísticos, contribuindo para os objetivos 2, 4 e 5. Na avaliação, a elaboração e apresentação de um artigo científico permite que os alunos desenvolvam temas específicos relacionados ao marketing de serviços, abrangendo pesquisa, análise crítica e síntese de informações, abordando todos os objetivos de aprendizagem. A análise de boas práticas por meio de estudos de caso permite aos alunos identificar exemplos de sucesso e compreender o contexto prático do marketing de serviços turísticos, atendendo a todos os objetivos de aprendizagem.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The combination of theoretical and practical components, such as case studies, market research, and trend analysis, allows students to acquire a solid understanding of the concepts of services marketing and its application in the tourism sector, responding to learning objectives 1, 3, and 6. Class discussions stimulate the expression of opinions, the sharing of perspectives, and the discussion of tourism services marketing strategies, contributing to objectives 2, 4, and 5. In assessment, the preparation and presentation of a scientific paper allow students to develop specific themes related to the marketing of services, covering research, critical analysis, and synthesis of information, addressing all learning objectives. The analysis of good practices through case studies allows students to identify successful examples and understand the practical context of tourism services marketing, addressing all learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Grönroos, C. (2016). *Service management and marketing: managing the service profit logic* (4th Ed.). Wiley.
Kaplan, S. (2023). *Marketing, Sales, and Service with AI: Creating an Incredible User Experience at Every Touchpoint*. Bookbaby.
Lovelock, C., & Wirtz, J. (2022). *Services marketing: people, technology, strategy* (9th Ed.). World Scientific Publishing.
Polaine, A., Lovlie, L., & Reason, B. (2019). *Service Design: From Insight to Implementation*. Rosenfield Media.
Ray, C. (2022). *Strategic Management for Hospitality and Tourism*. Murphy & Moore Publishing.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Grönroos, C. (2016). *Service management and marketing: managing the service profit logic (4th Ed.)*. Wiley.
Kaplan, S. (2023). *Marketing, Sales, and Service with AI: Creating an Incredible User Experience at Every Touchpoint*. Bookbaby.
Lovelock, C., & Wirtz, J. (2022). *Services marketing: people, technology, strategy (9th Ed.)*. World Scientific Publishing.
Polaine, A., Lovlie, L., & Reason, B. (2019). *Service Design: From Insight to Implementation*. Rosenfield Media.
Ray, C. (2022). *Strategic Management for Hospitality and Tourism*. Murphy & Moore Publishing.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Marketing Digital aplicado ao Turismo**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing Digital aplicado ao Turismo

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Digital Marketing for Tourism

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Inf

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

It

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Elisabete da Anunciação Paulo Morais - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Aplicar conhecimentos gerais de marketing digital
2. Desenvolver e aplicar soluções criativas a casos práticos
3. Pesquisar, interpretar e integrar diversas fontes de informação
4. Analisar problemas no âmbito do marketing digital e propor soluções viáveis
5. Planear e gerir conteúdos para a web
6. Criar suportes de comunicação digital recorrendo a plataformas de desenvolvimento para a web
7. Planear e implementar campanhas de marketing digital na Internet

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Apply general knowledge of digital marketing
2. Develop and apply creative solutions to practical cases
3. Research, interpret and integrate different sources of information
4. Analyze problems in the digital marketing and propose viable solutions
5. Plan and manage contents for the web
6. Create digital pieces of communication using frameworks for web development
7. Plan and implement digital marketing campaigns through internet

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. eTurismo: interação entre TIC's e o Turismo
 - Tecnologias da Informação e Comunicação - Impacto das TIC's no Turismo
 - Gestão do Turismo na era digital
2. Marketing Digital
 - Introdução ao Marketing Digital
 - Desenvolvimento de Estratégias para a Internet - Social Media Marketing
 - E-mail Marketing
 - Mobile Marketing
 - Os 8Ps do Marketing Digital
3. Implementação de campanhas de marketing digital - Criação de bases de dados de contactos
 - Desenvolvimento de suportes de comunicação
 - Implementação e teste das campanhas
 - Avaliação de resultados

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. eTourism: interaction between ICT's and Tourism
 - Information and Communication Technologies
 - Impact of ICT's in Tourism
 - Tourism Management in the digital era
2. Digital Marketing
 - Introduction to Digital Marketing
 - Development of strategies for the internet - Social Media Marketing
 - E-mail Marketing
 - Mobile Marketing
 - 8Ps Digital Marketing
3. Implementation of digital marketing campaigns
 - Creation of contacts databases
 - Development of communication supports
 - Implementation of the campaigns and tests
 - Results Evaluation

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A abordagem dos conteúdos está alinhada com os objetivos de aprendizagem, proporcionando uma estrutura coerente que guiará os estudantes na aquisição de competências, aptidões e conhecimentos necessários para se destacarem na área de Marketing Digital Aplicado ao Turismo.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The approach to the content is aligned with the learning objectives, providing a coherent structure that will guide students in acquiring the competencies, skills and knowledge needed to excel in the area of Digital Marketing Applied to Tourism.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino/aprendizagem nas aulas teóricas apoia-se no método expositivo para aplicar os conceitos e técnicas. Nas aulas práticas a aula inicia-se com uma explicação sobre os objetivos a atingir com os exercícios a desenvolver na aula e segue-se a resolução em aula de cada exercício prático.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching/learning methodology in theoretical classes is based on the expository method for applying concepts and techniques. In practical classes, the lesson begins with an explanation of the objectives to be achieved with the exercises to be carried out in class, followed by the resolution of each practical exercise in class.

4.2.14. Avaliação (PT):

1. Avaliação Contínua 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Relatório e Guiões - 40%
 - Projetos - 40%
 - Estudo de Casos - 20%
2. Avaliação Contínua 2 - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Relatório e Guiões - 40%
 - Projetos - 40%
 - Exame Final Escrito - 20%
3. Alunos em Mobilidade 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial) - Trabalhos Práticos - 50%
 - Relatório e Guiões - 50%
4. Alunos em Mobilidade 2 - (Ordinário, Trabalhador) (Final) - Estudo de Casos - 20%
 - Trabalhos Práticos - 40%
 - Relatório e Guiões - 40%

4.2.14. Avaliação (EN):

1. Continuous Assessment 1 - (Regular, Student Worker) (Final)
 - Reports and Guides - 40%
 - Projects - 40%
 - Case Studies - 20%
2. Continuous Assessment 2 - (Regular, Student Worker) (Supplementary, Special)
 - Reports and Guides - 40%
 - Projects - 40%
 - Final Written Exam - 20%
3. Incoming Students - (Regular, Student Worker) (Supplementary, Special)
 - Practical Work - 50%
 - Reports and Guides - 50%
4. Incoming Students - (Regular, Student Worker) (Final)
 - Case Studies - 20%
 - Practical Work - 40%
 - Reports and Guides - 40%

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Esta unidade curricular será lecionada através de aulas teórico-práticas (havendo sempre o enquadramento teórico e depois exemplos/exercícios práticos), sendo que, quando tal se propicie, se podem transformar em aulas de acompanhamento ao trabalho prático o que tem reflexo na avaliação proposta.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

This curricular unit will be taught through theoretical-practical classes (there will always be a theoretical framework and then practical examples/exercises), which, when appropriate, can be transformed into classes to accompany practical work, which is reflected in the proposed assessment.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

1. Marques, V. (2014). *Marketing digital 360*. Lisboa: Grupo Almedina.
2. Adolfo, C. (2012). *Os 8Ps do marketing digital*. Alfragide: Texto Editores.
3. Ascensão, C. (2010). *Google marketing*. Lisboa: Edições Sílabo.
4. Kotler, P. (2013). *Marketing para o século XXI*. Lisboa: Editorial Presença.
5. Marques, V. (2021). *Marketing digital de A a Z*. Braga: Digital 360.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

1. Marques, V. (2014). *Marketing digital 360*. Lisboa: Grupo Almedina.
2. Adolfo, C. (2012). *Os 8Ps do marketing digital*. Alfragide: Texto Editores.
3. Ascensão, C. (2010). *Google marketing*. Lisboa: Edições Sílabo.
4. Kotler, P. (2013). *Marketing para o século XXI*. Lisboa: Editorial Presença.
5. Marques, V. (2021). *Marketing digital de A a Z*. Braga: Digital 360.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Marketing Internacional**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing Internacional

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

International Marketing

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Mkt

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Mkt

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Ana Sofia Coelho - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1. Compreender os conceitos fundamentais do Marketing Internacional aplicados ao Turismo.*
- 2. Analisar os desafios e oportunidades específicos enfrentados pelas empresas de turismo no ambiente global;*
- 3. Identificar mercados turísticos-alvo e a adaptação de produtos/serviços turísticos para atender às necessidades e expectativas dos turistas internacionais.*
- 4. Analisar o papel das parcerias estratégicas e redes internacionais no Turismo.*
- 5. Explorar as estratégias de segmentação de mercado e posicionamento em contexto internacional.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. *Understand the fundamental concepts of International Marketing applied to Tourism.*
2. *Analyze the specific challenges and opportunities faced by tourism companies in the global environment;*
3. *Identify target tourism markets and the adaptation of tourism products/services to meet the needs and expectations of international tourists.*
4. *Analyze the role of strategic partnerships and international networks in tourism.*
5. *Explore market segmentation and positioning strategies in an international context.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. *Marketing Internacional*
 - *Conceito de marketing internacional*
 - *Marketing local versus marketing global*
 - *Razões da internacionalização*
2. *Turismo Internacional*
 - *Introdução ao tema*
 - *Determinantes dos fluxos internacionais e estrutura do mercado internacional*
 - *Dinâmicas regionais e local versus global*
3. *Os negócios internacionais*
 - *Introdução ao tema*
 - *As formas de expansão internacional*
 - *A importância das marcas*
 - *A distribuição num mercado global – o caso da hotelaria*
 - *O risco em negócios internacionais*
 - *A competitividade do mercado turístico internacional*
4. *Análise e Seleção de Mercados Turísticos Internacionais*
 - *Pesquisa de informação sobre mercados turísticos internacionais*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. *International Marketing*
 - *Concept of international marketing*
 - *Local versus global marketing*
 - *Reasons for internationalization*
2. *International tourism*
 - *Introduction to the subject*
 - *Determinants of international flows and international market structure*
 - *Regional dynamics and local versus global*
3. *International business*
 - *Introduction*
 - *Forms of international expansion*
 - *The importance of brands*
 - *Distribution in a global market - the case of hotels*
 - *Risk in international business*
 - *The competitiveness of the international tourism market*
4. *Analysis and Selection of International Tourism Markets*
 - *Researching information on international tourism markets*
 - *Segmentation, targeting and positioning in an international context*

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos traduzem os objetivos de aprendizagem da unidade curricular conforme se depreende do relacionamento entre ambos que se apresenta:

Os capítulos um e dois permitem dar resposta aos dois primeiros objetivos de aprendizagem;

O capítulo três tem uma correspondência direta com os objetivos três e quatro de aprendizagem.

O quarto capítulo está indexado ao quinto objetivo de aprendizagem.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus reflects the learning objectives of the course, as can be seen from the relationship between the two presented below:

Chapters one and two provide an answer to the first two learning objectives;

Chapter three corresponds directly to learning objectives three and four.

The fourth chapter is indexed to the fifth learning objective.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Cada aula terá, componentes teóricas e práticas. As metodologias terão ênfase nos métodos ativos, empregando-se métodos de investigação, apresentação de problemas, estudos de caso, debate, trabalho autónomo, entre outros. As aulas complementam-se com a apresentação de trabalhos/tarefas individuais e/ou de grupo.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Each class will have theoretical and practical components. The methodologies will emphasize active methods, using research methods, presentation of problems, case studies, debate, autonomous work, among others. Classes are complemented by the presentation of individual and/or group work/assignments.

4.2.14. Avaliação (PT):

1. AVALIAÇÃO CONTÍNUA (Ordinário, Trabalhador) – Época Normal e de Recurso
Trabalho de Investigação – Redação e apresentação de uma revisão de literatura, com a ponderação de 50%.
Trabalho prático – Apresentação de um trabalho prático, com a ponderação de 50%.
A nota mínima exigível em cada uma das componentes de avaliação é de 8 valores.
2. AVALIAÇÃO FINAL (Ordinário, Trabalhador) – Época Normal, de Recurso e Época Especial
Exame escrito – Realização de um exame escrito que inclui toda a matéria lecionada durante o semestre, com a ponderação de 100%.

4.2.14. Avaliação (EN):

1. CONTINUOUS ASSESSMENT (Regular, Student Worker) - Regular and Supplementary Periods
Research Work - Writing and presentation of a literature review, weighted at 50%.
Practical work - Presentation of a practical work, weighted at 50%.
The minimum mark required for each of the assessment components is 8 points.
2. FINAL ASSESSMENT (Regular, Student Worker) - Regular, Supplementary and Special Seasons
Written exam - A written exam that includes all the material taught during the semester, weighted at 100%.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A conjugação das metodologias de ensino de caráter teórico-prático, que permitem desenvolver o trabalho de pesquisa, reflexão, e de debate com a metodologia de avaliação aplicada, permitem dar resposta aos vários objetivos de aprendizagem propostos. O trabalho de investigação, no formato de uma revisão de literatura permite a consolidação dos dois primeiros objetivos de aprendizagem. O trabalho prático tem como propósito uma melhor consolidação dos restantes objetivos de aprendizagem.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The combination of theoretical-practical teaching methodologies, which allow for the development of research work, reflection and debate, with the assessment methodology applied, allow for the various proposed learning objectives to be met. The research work, in the form of a literature review, consolidates the first two learning objectives. The practical work aims to better consolidate the remaining learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Carrasqueira, H. (2022). *Hotelaria Internacional*. Actual Editora.
- Hill, Charles W. L. (2013). *International business: Competing in the global marketplace*, 9th edition. Boston: McGraw-Hill.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *OECD Tourism trends and policies 2020*. Paris: OECD Publishing.
- Silva, S.C., Meneses, R., & Pinho, J.C. (2018). *Marketing Internacional – Negócios à Escala Global*. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.
- Witt, S. & Brooke, M. (2012). *The Management of International Tourism (RLE Tourism)*. New York: Routledge.
- World Tourism Organization. (2023). *UNWTO Tourism Highlights 2023 Edition*. Madrid: World Tourism Organization.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Carrasqueira, H. (2022). *Hotelaria Internacional*. Actual Editora.
- Hill, Charles W. L. (2013). *International business: Competing in the global marketplace*, 9th edition. Boston: McGraw-Hill.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *OECD Tourism trends and policies 2020*. Paris: OECD Publishing.
- Silva, S.C., Meneses, R., & Pinho, J.C. (2018). *Marketing Internacional – Negócios à Escala Global*. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.
- Witt, S. & Brooke, M. (2012). *The Management of International Tourism (RLE Tourism)*. New York: Routledge.
- World Tourism Organization. (2023). *UNWTO Tourism Highlights 2023 Edition*. Madrid: World Tourism Organization.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Metodologias de Investigação**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Metodologias de Investigação

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Research Methodologies

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CS

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

SS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Joana Maria Sampaio Rua Fernandes - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Esta unidade curricular tem por finalidade capacitar o aluno de forma a:

- 1. Conhecer as características e propriedades da metodologia de investigação;*
- 2. Ser capaz de desenvolver autonomamente um projeto de investigação;*
- 3. Integrar no projeto de investigação os princípios éticos para assegurar que o mesmo respeita os direitos e dignidade dos participantes;*
- 4. Identificar a opção metodológica adequada aos objetivos de investigação, considerando a sua validade teórica, interna e externa;*
- 5. Conhecer e aplicar diferentes técnicas de análise qualitativa e quantitativa de dados, com recurso a um software de análise de dados;*
- 6. Interpretar e discutir os resultados, extraindo conclusões e implicações pertinentes;*
- 7. Utilizar um software enquanto software de gestão bibliográfica de apoio à escrita científica;*
- 8. Citar de forma apropriada as fontes bibliográficas e referências de acordo com as normas da APA;*
- 9. Saber elaborar e redigir um relatório de investigação.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

The aim of this curricular unit is to enable students to:

- 1. Know the characteristics and properties of research methodology;*
- 2. Be able to independently develop a research project;*
- 3. Integrate ethical principles into the research project to ensure that it respects the rights and dignity of the participants;*
- 4. Identify the appropriate methodological option for the research objectives, considering its theoretical, internal and external validity;*
- 5. Know and apply different qualitative and quantitative data analysis techniques, using data analysis software;*
- 6. Interpret and discuss the results, drawing conclusions and relevant implications;*
- 7. Use software as bibliographic management software to support scientific writing;*
- 8. Cite bibliographical sources and references appropriately in accordance with APA standards;*
- 9. Know how to prepare and write a research report.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Introdução à investigação científica*
 - O processo e as fases da investigação científica;*
 - Formulação do problema de investigação;*
 - Definição do objetivo, questão de investigação e hipóteses;*
 - Fontes e referências bibliográficas;*
 - Aspectos éticos.*
- 2. Desenho da investigação*
 - Componentes do projeto de investigação;*
 - Paradigmas*
 - Metodologias de investigação*
 - Estratégias de investigação.*
- 3. Investigação qualitativa*
 - Apresentação das diferentes abordagens na investigação qualitativa;*
 - Técnicas de recolha de dados*
 - Análise qualitativa de conteúdo com recurso a software;*
 - Validação de estudos qualitativos;*
 - Interpretação dos resultados e comunicação científica.*
- 4. Investigação quantitativa*
 - Técnicas de amostragem e recolha de dados;*
 - Criação de questionários presenciais e online;*
 - Criação e tratamento de uma base de dados;*
 - Análise de dados com recurso a software estatístico;*
 - Interpretação dos resultados e comunicação científica.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Introduction to scientific research*
 - The process and phases of scientific research;*
 - Formulating the research problem;*
 - Defining the objective, research question and hypotheses;*
 - Sources and bibliographical references;*
 - Ethical aspects.*
- 2. Research design*
 - Components of the research project;*
 - Paradigms*
 - Research methodologies*
 - Research strategies.*
- 3. Qualitative research*
 - Presentation of the different approaches to qualitative research;*
 - Data collection techniques*
 - Qualitative content analysis using software;*
 - Validation of qualitative studies;*
 - Interpretation of results and scientific communication.*
- 4. Quantitative research*
 - Sampling and data collection techniques;*
 - Creating face-to-face and online questionnaires;*
 - Creating and processing a database;*
 - Data analysis using statistical software;*
 - Interpretation of results and scientific communication.*

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos estão diretamente relacionados com os objetivos estabelecidos. Especificamente:

1. *Introdução à investigação científica:* Essa parte do conteúdo aborda conhecimentos fundamentais sobre o processo de investigação científica, desde a formulação do problema até aos aspetos éticos envolvidos, de acordo com os objetivos 1 e 3.
 2. *Desenho da investigação* está diretamente relacionado ao objetivo 4 e 2.
 3. *Investigação qualitativa:* Está alinhada com os objetivos 4,5 e 6
 4. *Investigação quantitativa:* Está alinhada com os objetivos 4,5 e 6
- Além disso, outros objetivos específicos são abordados ao longo dos conteúdos de forma complementar como a utilização de software de gestão bibliográfica (objetivo 7, 8 e 9).

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus is directly related to the established objectives. Specifically

1. *Introduction to scientific research:* This part of the content covers fundamental knowledge about the scientific research process, from the formulation of the problem to the ethical aspects involved, in accordance with objectives 1 and 3.
 2. *Research design* is directly related to objectives 4 and 2.
 3. *Qualitative research:* This is aligned with objectives 4, 5 and 6.
 4. *Quantitative research:* aligned with objectives 4, 5 and 6
- In addition, other specific objectives are addressed throughout the content in a complementary way, such as the use of bibliographic management software (objectives 7, 8 and 9).

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A unidade curricular será lecionada através da exposição dos conteúdos teóricos (método expositivo), seguindo-se a análise e resolução de casos práticos (método demonstrativo).
Para promover um maior envolvimento dos estudantes na aquisição de conhecimentos e competências, através da participação ativa, serão distribuídos, para resolução e análise, casos práticos diversos. Estes casos práticos e exercícios serão tratados com recurso a programas informáticos, especificamente para análise estatística de dados, e para a análise de conteúdo. Para haver uma correta interpretação e análise dos dados é necessária a prévia exposição teórica com o devido enquadramento. Ao longo da unidade curricular é esperado que os estudantes façam apresentações na aula.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The curricular unit will be taught through the presentation of theoretical content (expository method), followed by the analysis and resolution of practical cases (demonstrative method).
In order to promote greater student involvement in the acquisition of knowledge and skills through active participation, various practical cases will be distributed for resolution and analysis. These practical cases and exercises will be dealt with using computer programs, specifically for statistical data analysis, and for content analysis. In order to correctly interpret and analyze the data, a prior theoretical exposition with the appropriate framework is necessary. Throughout the course, students are expected to give presentations in class.

4.2.14. Avaliação (PT):

A avaliação ocorre de forma contínua ao longo do semestre, sendo baseada na realização das tarefas propostas durante a unidade curricular, com o objetivo principal de desenvolver um domínio teórico dos conteúdos programáticos e estabelecer uma conexão entre o enquadramento epistemológico, as questões levantadas e o método utilizado.
De forma específica, as tarefas incidirão sobre a criação de uma base de dados bibliográfica em software adequado, recorrendo a diversas fontes de informação e a tipos diferentes de informação; incidirão também no desenvolvimento de uma proposta de investigação com a elaboração da problemática a tratar, revisão de literatura, definição de objetivos, questões e hipóteses a considerar, desenvolvimento da metodologia adequada à proposta, e estrutura e cronograma da mesma.
Finalmente, será pretendido-se que os alunos utilizem um instrumento de recolha de dados e criem uma base de dados, quantitativa ou qualitativa, com a respetiva análise de dados e redação de resultados.
As diferentes tarefas serão apresentadas durante as aulas e serão objeto de debate para promover a análise crítica.

4.2.14. Avaliação (EN):

The assessment takes place continuously throughout the semester, being based on carrying out the tasks proposed during the curricular unit, with the main objective of developing a theoretical mastery of the syllabus and establishing a connection between the epistemological framework, the questions raised and the method. used.
Specifically, the tasks will focus on the creation of a bibliographic database, using a software, using different sources of information and different types of information; they will also focus on the development of a research proposal with the elaboration of the problem to be addressed, literature review, definition of objectives, questions and hypotheses to be considered, development of the appropriate methodology for the proposal, and its structure and schedule.
Finally, it is intended that students use a data collection instrument and create a database, quantitative or qualitative, with the respective data analysis and writing of results.
The different tasks will be presented during classes and will be the subject of debate to promote critical analysis.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular é fundamental para o sucesso dos estudantes. Para alcançar tais objetivos, adota-se uma abordagem expositiva e demonstrativa, porém, com ênfase na participação ativa dos alunos. Através da realização de diversas tarefas, que constituem o foco principal da avaliação, procura-se estimular a participação dos estudantes, permitindo que adquiram as competências e conhecimentos desejados. O debate e as apresentações orais serão direcionados para a aquisição de conhecimentos teóricos, enquanto as tarefas práticas, juntamente com as respectivas apresentações, pretendem desenvolver as competências e capacidades técnicas dos alunos. Esta abordagem integrada e diversificada contribui para uma aprendizagem mais abrangente e eficaz, capacitando-os para realizar projetos de investigação de forma mais estruturada e direcionada.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The coherence of teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is fundamental for students' success. To achieve these objectives, an expository and demonstrative approach is adopted, however, with emphasis on the active participation of students. By carrying out various tasks, which constitute the main focus of the assessment, the aim is to encourage student participation, allowing them to acquire the desired skills and knowledge. The debate and oral presentations will be directed towards the acquisition of theoretical knowledge, while the practical tasks, together with the respective presentations, aim to develop the students' technical skills and abilities. This integrated and diversified approach contributes to a more comprehensive and effective learning, enabling them to carry out research projects in a more structured and targeted way.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Creswel, J. W., & Creswel, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
Leavy, P. (2023). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches* (2nd ed.). Guilford Press.
Mayring, P. (2022). *Qualitative Content Analysis: A Step-by-Step Guide*. SAGE Publications.
Ramos Pinto, R. (2022). *Introdução à Análise de Dados com recurso ao SPSS* (3ª ed.). Edições Sílabo.
Vilelas, J. (2020). *Investigação - O Processo de Construção do Conhecimento* (3ª ed.). Edições Sílabo.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Creswel, J. W., & Creswel, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
Leavy, P. (2023). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches* (2nd ed.). Guilford Press.
Mayring, P. (2022). *Qualitative Content Analysis: A Step-by-Step Guide*. SAGE Publications.
Ramos Pinto, R. (2022). *Introdução à Análise de Dados com recurso ao SPSS* (3ª ed.). Edições Sílabo.
Vilelas, J. (2020). *Investigação - O Processo de Construção do Conhecimento* (3ª ed.). Edições Sílabo.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Projeto

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Projeto

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Project

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

810.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - OT-40.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

30.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ricardo Alexandre Fontes Correia - 0.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Aplicar conhecimentos de maneira aplicada sobre temas da atualidade científica em Marketing Turístico e áreas afins.
2. Aplicar conhecimentos, ferramentas e técnicas necessárias para o desenvolvimento e gestão de um projeto.
3. Organizar, planear e programar as tarefas no tempo.
4. Avaliar os resultados obtidos com a implementação do projeto.
5. Capacidade de análise, de síntese e reflexão crítica.
6. Capacidade para sustentar as suas ideias perante um júri.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

At the end of the course unit the learner is expected to be able to:

1. Apply knowledge in an applied way to current scientific topics in tourism marketing and related areas.
2. Apply the knowledge, tools, and techniques necessary for developing and managing a project.
3. Organise, plan, and schedule tasks in a timely manner.
4. Evaluate the results obtained from implementing the project.
5. Demonstrate capacity for analysis, synthesis, and critical reflection.
6. Exhibit ability to support ideas for a jury.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

O conteúdo do projeto a desenvolver deverá abranger, de forma genérica, as áreas globais do Marketing Turístico pondo em prática a proposta de projeto elaborada na unidade curricular de Seminário. Assim, cada projeto terá? os seus conteúdos específicos.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

The project's content must cover the global areas of tourism marketing in a generic way, implementing the project proposal prepared in the Seminar curricular unit. Thus, each project will have its specific content.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos do projeto remetem para todo o conteúdo lecionado durante esta formação de 2º ciclo. Estes conteúdos são adequados para permitirem alcançar os objetivos de aprendizagem da unidade curricular de acordo com o definido em cada projeto.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The project's programmatic contents refer to all the content taught during this 2nd cycle of studies. These contents are suitable to enable the learning objectives of the curricular unit to be achieved following what is defined in each project.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Orientação tutorial durante todo o período letivo em que decorre o trabalho de projeto.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Tutorial guidance throughout the academic period in which the project work takes place.

4.2.14. Avaliação (PT):

De acordo com as Normas Regulamentares dos Mestrados do IPB.

4.2.14. Avaliação (EN):

In accordance with the IPB Master's Degree Regulations.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino e avaliação seguem o disposto nas Normas Regulamentares dos Mestrados do IPB que por sua vez estiveram na origem da determinação dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching and assessment methodologies follow the provisions of the IPB Master's Degree Regulations, which in turn were behind the determination of the course unit's learning objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th Edi.)*. Sagepublications.
2. Reis, F. (2022). *Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático. (2.a edi.)* Lisboa: Edições Sílabo.
3. Vilelas, J. (2020). *Investigação: O processo de construção do conhecimento (3.a edi.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th Edi.)*. Sagepublications.
2. Reis, F. (2022). *Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático. (2.a edi.)* Lisboa: Edições Sílabo.
3. Vilelas, J. (2020). *Investigação: O processo de construção do conhecimento (3.a edi.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora.

4.2.17. Observações (PT):

N.A.

4.2.17. Observações (EN):

N.A.

Mapa III - Seminário

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Seminário

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Seminar

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ricardo Alexandre Fontes Correia - 36.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

• António Luís Gomes Gonçalves - 9.0h

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1. Articular os conteúdos curriculares abordados ao longo do curso com novas temáticas relevantes para a sua atividade profissional. 2. Fomentar uma atitude crítica, contribuindo para um debate académico e prático na área do marketing turístico.*
- 3. Compreender, apreciar e discutir os novos desafios que se colocam ao Marketing Turístico.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- 1. Articulate the curricular content covered throughout the course with new themes relevant to their professional activity.*
- 2. Foster a critical attitude, contributing to an academic and practical debate in the field of tourism marketing.*
- 3. Understand, appreciate and discuss the new challenges facing tourism marketing.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Parte I - Ciclo de Palestras*
- 2. Parte II*
 - Proposta de Trabalho de Investigação*
 - Conceitos preliminares*
 - Elaboração da proposta de trabalho (dissertação, trabalho de projeto ou relatório de estágio)*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Part I - Cycle of Lectures*
- 2. Part II*
 - Research proposal*
 - Preliminary concepts*
 - Drawing up a work proposal (dissertation, project work or internship report)*

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos do Seminário estão alinhados com os objetivos de aprendizagem. Na "Parte I - Ciclo de Palestras", os alunos articulam os conteúdos do curso com temáticas relevantes para a prática profissional, promovendo uma visão ampla (Obj. 1). Na "Parte II", ao abordar a elaboração da proposta de trabalho de investigação, os alunos desenvolvem uma atitude crítica e participam ativamente no debate académico e prático em Marketing Turístico (Obj. 2). Essa abordagem permite, simultaneamente, a compreensão e discussão dos novos desafios na área (Obj. 3), garantindo uma integração eficaz entre teoria e aplicação prática.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The contents of the Seminar are aligned with the learning objectives. In "Part I - Cycle of Lectures", students articulate the contents of the course with themes relevant to professional practice, promoting a broad vision (Obj. 1). In "Part II", by approaching the preparation of the research proposal, students develop a critical attitude and actively participate in the academic and practical debate in Tourism Marketing (Obj. 2). This approach simultaneously allows them to understand and discuss the new challenges in the field (Obj. 3), ensuring effective integration between theory and practical application.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A UC contará com a colaboração de convidados, pretendendo-se suscitar a discussão sobre temáticas do Marketing Turístico que possam contribuir para a elaboração da proposta de trabalho de investigação. Funcionará sob duas formas: 1) palestras em que o(s) convidado(s) expõe(m) uma dada temática, seguindo-se um debate; 2) aulas de seminário asseguradas pelos docentes da UC.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The course will be attended by invited guests, with the aim of stimulating discussion on tourism marketing issues that can contribute to the preparation of the research proposal. It will take two forms: 1) lectures in which the guest(s) will present a given topic, followed by a debate; 2) seminar classes run by the UC lecturers.

4.2.14. Avaliação (PT):

- Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
- Projetos - 70% (Proposta de Trabalho de Investigação)
- Discussão de Trabalhos - 30% (Apresentação pública e discussão da PTI)

4.2.14. Avaliação (EN):

- Final Evaluation - (Regular, Student Worker) (Supplementary, Special)
- Projects - 70% (Research Work Proposal)
- Work Discussion - 30% (Public presentation and discussion of the PTI)

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino e avaliação do Seminário demonstram uma coerência eficaz com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. A colaboração com convidados, através de palestras e aulas de seminário, articula-se perfeitamente com o objetivo 1, promovendo a articulação dos conteúdos curriculares com temáticas relevantes para a prática profissional.

A avaliação, centrada em Projetos (Proposta de Trabalho de Investigação) e Discussão de Trabalhos (Apresentação pública e discussão da PTI), alinha-se de forma consistente com os objetivos 2 e 3. A ênfase na elaboração da proposta de trabalho de investigação incentiva uma atitude crítica e contribuição para o debate académico e prático em Marketing Turístico.

Assim, as metodologias adotadas e o método de avaliação refletem uma abordagem que não apenas suporta, mas fortalece os objetivos de aprendizagem da unidade curricular de Seminário.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The Seminar's teaching and assessment methodologies demonstrate effective coherence with the curricular unit's learning objectives. The collaboration with invited guests, through lectures and seminar classes, is perfectly in line with objective 1, promoting the articulation of curricular content with themes relevant to professional practice.

The assessment, centered on Projects (Research Work Proposal) and Work Discussion (Public presentation and discussion of the PTI), is consistently aligned with objectives 2 and 3. The emphasis on preparing the research proposal encourages a critical attitude and contribution to the academic and practical debate in Tourism Marketing.

Thus, the methodologies adopted and the assessment method reflect an approach that not only supports, but strengthens the learning objectives of the Seminar course.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th Edi.)*. Sage publications.
2. Reis, F. (2022). *Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático. (2. a edi.)* Lisboa: Edições Sílabo.
3. Vilelas, J. (2020). *Investigação: O processo de construção do conhecimento (3. a edi.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

1. Creswell, J. & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th Edi.)*. Sage publications.
2. Reis, F. (2022). *Investigação científica e trabalhos académicos: Guia prático. (2. a edi.)* Lisboa: Edições Sílabo.
3. Vilelas, J. (2020). *Investigação: O processo de construção do conhecimento (3. a edi.)*. Lisboa: Edições Sílabo.
4. Silvestre, H. & Araújo, J. (2012). *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Sustentabilidade em Turismo**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Sustentabilidade em Turismo

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Tourism Sustainability

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0; OT-6.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

- *Catarina Antónia Martins - 45.0h*

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- Interpretar critérios e indicadores de sustentabilidade.
- Entender as relações do turismo com os atuais paradigmas de sustentabilidade e desenvolvimento.
- Compreender a sustentabilidade como oportunidade para o setor.
- Conhecer o quadro legal de políticas ambientais e as suas implicações no turismo.
- Identificar medidas de aferição do impacto ambiental da atividade turística na natureza.
- Compreender a relação entre digitalização e a sustentabilidade.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- Interpret sustainability criteria and indicators.
- Understand the relationship between tourism and the current paradigms of sustainability and development.
- Understand sustainability as an opportunity for the sector.
- Understand the legal framework of environmental policies and their implications for tourism.
- Identify measures for measuring the environmental impact of tourism on nature.
- Understand the relationship between digitalization and sustainability.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. A sustentabilidade no turismo
2. Dimensões da Sustentabilidade no Turismo
3. Política e governação do turismo sustentável
4. Práticas de turismo responsável
5. Monitorização e avaliação do turismo sustentável
6. Digitalização e sustentabilidade

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Sustainability in tourism
2. Dimensions of Sustainability in Tourism
3. Sustainable tourism policy and governance
4. Responsible tourism practices
5. Monitoring and evaluation of sustainable tourism
6. Digitalization and sustainability

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos abordam dinâmicas atuais, começando pela discussão no capítulo 1 sobre os principais conceitos de sustentabilidade. O foco é entender as relações do turismo com os paradigmas de desenvolvimento sustentável. O capítulo 2 explora as dimensões da sustentabilidade, destacando-a como oportunidade para o setor turístico. No capítulo 3, são apresentadas políticas internacionais, nacionais e regionais para o turismo sustentável, com ênfase no envolvimento de stakeholders, incluindo comunidades locais. Isso permite reflexões sobre modelos de governança sustentável e o quadro legal de políticas ambientais.

Os capítulos 4 e 5 fornecem ferramentas para interpretar critérios e indicadores de sustentabilidade, além de identificar medidas de avaliação do impacto ambiental na atividade turística. Finalmente, o capítulo 5 explora a interconexão entre digitalização e sustentabilidade, encerrando a análise de forma abrangente.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The contents address current dynamics, starting with the discussion in chapter 1 on the main concepts of sustainability. The focus is on understanding tourism's relationship with sustainable development paradigms. Chapter 2 explores the dimensions of sustainability, highlighting it as an opportunity for the tourism sector. Chapter 3 presents international, national and regional policies for sustainable tourism, with an emphasis on the involvement of stakeholders, including local communities. This allows for reflections on sustainable governance models and the legal framework for environmental policies.

Chapters 4 and 5 provide tools for interpreting sustainability criteria and indicators, as well as identifying measures for assessing the environmental impact of tourism activity. Finally, chapter 5 explores the interconnection between digitalization and sustainability, bringing the analysis to a comprehensive close.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Adotou-se uma metodologia de ensino que articula a componente teórica e prática, evidenciando-se momentos de aquisição de conhecimento, de reflexão e de compreensão (aulas teóricas) e ainda uma análise crítica suportada na sistematização e aplicação prática (aulas práticas) dos conteúdos lecionados. Privilegia-se a utilização de recursos pedagógicos com uma forte componente tecnológica nas aulas teóricas e mais expositivas, e a realização de atividades mais práticas pelos alunos (em grupo) orientadas para a análise e debate a partir de documentos escritos e casos práticos que levam o aluno a rever, refletir e aplicar conhecimentos.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

A teaching methodology has been adopted that articulates the theoretical and practical component, with moments of knowledge acquisition, reflection and understanding (theoretical classes) and critical analysis supported by the systematization and practical application (practical classes) of the contents taught. Priority is given to the use of teaching resources with a strong technological component in the theoretical and more expository classes, and the carrying out of more practical activities by the students (in groups) geared towards analysis and debate based on written documents and practical cases that lead the student to review, reflect and apply knowledge.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação contínua

- Exame Final Escrito - 50% (A realizar no final do semestre)

- Trabalhos Práticos - 50%

Avaliação por exame final

- Exame Final Escrito - 100%

4.2.14. Avaliação (EN):

Continuous evaluation

- Final Written Exam - 50% (To be taken at the end of the semester)

- Practical work - 50%

Assessment by final exam

- Written Final Exam - 100%

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Para que os alunos atinjam os objetivos da unidade curricular optou-se por efetuar uma introdução teórica dos conteúdos programáticos seguindo-se a discussão e/ou resolução de exercícios práticos que permitam uma melhor apreensão desses mesmos conteúdos. A avaliação desta unidade tem em consideração a participação ativa, através da realização de casos práticos/fichas avaliativas e a atitude, nomeadamente, o espírito de iniciativa e empenho nas tarefas propostas dentro e fora da sala de aula. Em todas as aulas também são disponibilizados momentos de esclarecimento de dúvidas, de reflexão e considerações em relação aos trabalhos desenvolvidos e a desenvolver. Estes trabalhos têm uma natureza exploratória em relação à aplicação dos conteúdos programáticos, pelo que os alunos deverão pesquisar, redigir e apresentar um relatório com o desenvolvimento de uma proposta de projeto de turismo sustentável. Nessa proposta deverão dar ênfase à monitorização e avaliação do turismo sustentável e à apresentação de soluções digitais inovadoras para a gestão, marketing e comunicação.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

In order for students to achieve the objectives of the course, it has been decided to provide a theoretical introduction to the syllabus, followed by discussion and/or resolution of practical exercises that allow for a better understanding of the content. The assessment of this unit takes into account active participation, through practical cases/assessment sheets and attitude, namely initiative and commitment to the tasks proposed inside and outside the classroom. In all classes, there are also moments for clarifying doubts, reflection and considerations in relation to the work developed and to be developed. This work is exploratory in nature in relation to the application of the syllabus, so students will have to research, write and present a report on the development of a sustainable tourism project proposal. In this proposal they should emphasize the monitoring and evaluation of sustainable tourism and the presentation of innovative digital solutions for management, marketing and communication.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Farmaki, A.; Altınay, L.; Font, X. (2022). Planning and Managing Sustainability in Tourism: Empirical Studies, Best-practice Cases and Theoretical Insights, Springer Cham.

Fennell, D., & Cooper, C. (2020). Sustainable Tourism (1st ed.). Channel View Publications.

OECD (2021), "Managing tourism development for sustainable and inclusive recovery", OECD Tourism Papers, 2021/01, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/b062f603-en>

Turismo de Portugal. (2021). Plano Turismo +Sustentável 20-23 (2021), disponível

<https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/sustentabilidade/plano-turismo-mais-sustentavel-20-23-pt-jun-2021.pdf>

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination: a sustainable tourism perspective. CABI Publishing.

Weaver, D. (2020). Advanced introduction to sustainable tourism. Elgar Publications.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Farmaki, A.; Altinay, L.; Font, X. (2022). *Planning and Managing Sustainability in Tourism: Empirical Studies, Best-practice Cases and Theoretical Insights*, Springer Cham.

Fennell, D., & Cooper, C. (2020). *Sustainable Tourism (1st ed.)*. Channel View Publications.

OECD (2021), "Managing tourism development for sustainable and inclusive recovery", *OECD Tourism Papers*, 2021/01, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/b062f603-en>

Turismo de Portugal. (2021). *Plano Turismo +Sustentável 20-23 (2021)*, disponível <https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/sustentabilidade/plano-turismo-mais-sustentavel-20-23-pt-jun-2021.pdf>

Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. CABI Publishing.

Weaver, D. (2020). *Advanced introduction to sustainable tourism*. Elgar Publications.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

4.3. Unidades Curriculares (opções)**Mapa IV - Dissertação/Estágio/Projeto****4.3.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Dissertação/Estágio/Projeto

4.3.1. Designação da unidade curricular (EN):

off

4.3.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

Tr

4.3.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

Tr

4.3.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.3.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.3.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

810.0

4.3.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - OT-40.0

4.3.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.3.7. Créditos ECTS:

30.0

4.3.8. Unidades Curriculares filhas:

- Dissertação - 30.0 ECTS
- Estágio - 30.0 ECTS
- Projeto - 30.0 ECTS

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.3.9. Observações (PT):

N.A.

4.3.9. Observações (EN):

-

4.4. Plano de Estudos

Mapa V - Percurso Geral - 1

4.4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (PT):

Percurso Geral

4.4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (EN):

General Course

4.4.2. Ano curricular:

1

4.4.3. Plano de Estudos

Unidade Curricular	Área Científica	Duração	Horas Trabalho	Horas Contacto	% HC a distância	Tipo	Opcional	ECTS
Comportamento do Consumidor Turístico	Mkt	Semestral 1ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Marketing de Serviços	Mkt	Semestral 1ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Marketing Internacional	Mkt	Semestral 1ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Metodologias de Investigação	CS	Semestral 1ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Sustentabilidade em Turismo	Tr	Semestral 1ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Comunicação em Turismo	Mkt	Semestral 2ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos	Tr	Semestral 2ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Inovação em Turismo	Tr	Semestral 2ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Marketing Digital aplicado ao Turismo	Inf	Semestral 2ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Seminário	Tr	Semestral 2ºS	162.0	P: OT-6.0; TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Total: 10								

4.4.2. Ano curricular:

2

4.4.3. Plano de Estudos

Unidade Curricular	Área Científica	Duração	Horas Trabalho	Horas Contacto	% HC a distância	Tipo	Opcional	ECTS
Dissertação/Estágio/Projeto	Tr	Semestral 1ºS	810.0	P: OT-40.0	0.00%	UC de Opção	Não	30.0
Total: 1								

4.5. Percentagem de ECTS à distância**4.5. Percentagem de créditos ECTS de unidades curriculares lecionadas predominantemente a distância.**

0.0

4.6. Observações Reestruturação curricular**4.6. Observações. (PT)**

1) Introduzidas as UC de:

- Sustentabilidade em Turismo (6 ECTS)
- Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos (6 ECTS)
- Marketing de Serviços (6 ECTS)
- Marketing Internacional (6 ECTS)

2) Eliminadas as UC de:

- Marketing em Organizações Turísticas (6 ECTS)
- Internacionalização em Turismo (6 ECTS)

3) Reestruturada aUC de Seminário passando de 18 para 6 ECTS

4) Atualização de conteúdos de todas as UC que se mantêm

A reestruturação do Plano de Estudos foi aprovada em Conselho Pedagógico e Conselho Técnico-Científico da IES. A mesma teve debate entre C omissão de Curso e Comissão Científica, Departamentos, Conselho Pedagógico e Conselho Técnico-Científico. Foi também ouvida a comunidade externa com parceria com o CE.

4.6. Observações. (EN)

1) The following CU have been included :

- Sustainability in Tourism (6 ECTS)
- Development of Tourism Products and Destinations (6 ECTS)
- Services Marketing (6 ECTS)
- International Marketing (6 ECTS)

2) The following CU have been eliminated:

- Marketing in Tourism Organizations (6 ECTS)
- Internationalization in Tourism (6 ECTS)

3) The Seminar CU has been restructured passing from 18 to 6 ECTS

4) Updating the contents of all the CU that remain

The restructuring of the Study Plan was approved by the Pedagogical Council and the Technical-Scientific Council of the HEI. It was discussed by the Course Committee and Scientific Committee, Departments, the Pedagogical Council and the Technical-Scientific Council. The external community was also heard in partnership with the SC.

5. Pessoal Docente

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

- *Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins*
- *Ricardo Alexandre Fontes Correia*

5.2. Pessoal docente do ciclo de estudos

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de tempo	Informação
Ricardo Alexandre Fontes Correia	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor Ciências Empresariais	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Turismo	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências Empresariais	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Catarina Alexandra Alves Fernandes	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Gestão	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Elisabete da Anunciação Paulo Morais	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor Informática	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Ana Sofia Coelho	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências Empresariais	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Catarina Antónia Martins	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Turismo	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Joana Maria Sampaio Rua Fernandes	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Engenharia Económica	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de tempo	Informação
António Luís Gomes Gonçalves	Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente	Licenciado Turismo	Outro vínculo	Sim Hotelaria e Restauração	59	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
					Total: 859	

5.2.1. Ficha curricular do docente

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.1. Dados Pessoais - Ricardo Alexandre Fontes Correia

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Coordenador ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais

Área científica deste grau académico (EN)

Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

8C10-37EE-796D

Orcid

0000-0002-0132-4002

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Ricardo Alexandre Fontes Correia

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Polo	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Ricardo Alexandre Fontes Correia

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2006	Mestre	Ciências Empresariais	Universidade do Porto	Muito Bom
2001	Licenciatura	Economia	Universidade do Porto	14

5.2.1.4. Formação pedagógica - Ricardo Alexandre Fontes Correia

Formação pedagógica relevante para a docência
Análise de Conteúdo com MAXQDA, realizado de 14 a 22 de Outubro de 2022 - Online Via Cisco Webex, Duração 12 horas, empresa formadora: Gades

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Ricardo Alexandre Fontes Correia

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Marketing em Organizações Turísticas	Mestrado em Marketing Turístico	45.0	0.0	45.0						
Gestão de Produtos e Marcas	Licenciatura em Marketing	60.0	0.0	60.0						
Marketing Turístico	Licenciatura em Turismo	60.0	0.0	60.0						
Marketing Estratégico	Licenciatura em Marketing	60.0		60.0						
Marketing de Serviços	Licenciatura em Marketing	45.0		45.0						
Seminário	Mestrado em Marketing Turístico	36.0		36.0						
Dissertação	Mestrado em Marketing Turístico	40.0							40.0	
Marketing de Serviços	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Turismo

Área científica deste grau académico (EN)

Tourism

Ano em que foi obtido este grau académico

2020

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Aveiro

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVítæ

7D1E-7619-8418

Orcid

0000-0003-3343-3155

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Polo	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2005	Mestrado	Gestão de Riscos Naturais	Faculdade de Letras da Universidade do Porto	Muito Bom
2002	Licenciatura	Geografia - ramo educacional	Faculdade de Letras da Universidade do Porto	15/20

5.2.1.4. Formação pedagógica - Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins

Formação pedagógica relevante para a docência
Uma experiência de Gamificação na promoção da autonomia dos alunos (2h) - 23 de junho de 2021, no âmbito da Formação Pedagógica do Programa Mentoring Academy. do IPB.
"Active Learning no Ensino Superior" (2h) -16 de junho de 2021, no âmbito da Formação Pedagógica do Programa Mentoring Academy, IPB.
"Aula Invertida" (2h) - 22 de junho de 2022, no âmbito da Formação Pedagógica do Programa Mentoring Academy do IPB.
"ChatGPT – Evolução ou revolução? Impacto das ferramentas de inteligência artificial no ensino e na ciência" (2h)- 14 de junho de 2023, no âmbito do Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB.
"Oficinas colaborativas sobre testes online do IPB.Virtual" (2h) - dia 24 de maio de 2023, no âmbito do Programa Mentoring Academy e do projeto Dropin@IPB.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Márcio Domingos Alves Ribeiro Martins

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Princípios Gerais de Turismo	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Turismo e Desenvolvimento	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Seminário	Mestrado em Marketing Turístico	9.0		9.0						
Geografia do Turismo	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Desenvolvimento de Produtos e Destinos Turísticos	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						
Itinerários Turísticos	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Desenvolvimento de Produtos Turísticos	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.1. Dados Pessoais - Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais

Área científica deste grau académico (EN)

Business Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2015

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Fernando Pessoa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

3614-29F4-BC16

Orcid

0000-0002-8463-9842

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Polo	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2003	Mestrado	Gestão de Empresas	Universidade do Minho	Bom
1996	Licenciatura	Ciências Empresariais	Instituto Superior de Línguas e Administração	15 valores

5.2.1.4. Formação pedagógica - Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

Formação pedagógica relevante para a docência
Gestão de Referências Bibliográficas com o Mendley (1 hora). Instituto Politécnico de Bragança
Princípios gerais para obter uma publicação científica (6 horas). ReadyToPub
Novas Tendências de Marketing - O consumidor e as emoções (8 horas). Turismo de Portugal
Testes online - Listas de questões de escolha múltipla e verdadeiras e falsas (2 horas). Instituto Politécnico de Bragança
Mendeley (2 horas). Instituto Politécnico de Bragança
IPDT Tourism Conference 2021 (4 horas). Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo
Turismo e Património Cultural (4 horas). Evolui.com
STEP Workshop - Revisão de literatura por meio da integração de técnicas de análise qualitativa e quantitativa (1 hora). Instituto Politécnico de Bragança
Base de Dados Bibliométricas (1 hora). Instituto Politécnico de Bragança

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Comportamento do Consumidor Turístico	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						
Comunicação em Turismo	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						
Gestão da Animação Turística	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Comportamento do Consumidor	Licenciatura em Marketing	60.0		60.0						
Marketing Internacional	Licenciatura em Marketing	60.0		60.0						
Gestão da Animação Turística	Licenciatura em Turismo	30.0		30.0						
Marketing Internacional	Licenciatura em Marketing	15.0		15.0						
Comportamento do Consumidor Turístico	Licenciatura em Turismo	30.0		30.0						

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.1. Dados Pessoais - Catarina Alexandra Alves Fernandes

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão

Área científica deste grau académico (EN)

Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2016

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

9E19-46B7-D5BC

Orcid

0000-0002-3160-462X

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Catarina Alexandra Alves Fernandes

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Economia e Finanças da Universidade do Porto (cef.up)	Muito Bom	Faculdade de Economia da Universidade do Porto (FEP/UP)	Outro	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Catarina Alexandra Alves Fernandes

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1998	Licenciado	Gestão	Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG)	14
2001	Mestre	Economia Monetária e Financeira	Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG)	Aprovado

5.2.1.4. Formação pedagógica - Catarina Alexandra Alves Fernandes

Formação pedagógica relevante para a docência
Pós-graduação em Finanças, 2006.
Pós-graduação em Empreendedorismo e Criação de Empresas, 2005.
Workshop de inovação pedagógica "Active learning Follow-up I", com a duração de 1 hora e 30 minutos, no âmbito da Capacitação Pedagógica de Docentes do Programa Mentoring Academy e do Projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 13/04/2023.
Workshop de inovação pedagógica "Active learning - Planificação e estruturação de atividades", com a duração de 3 horas, no âmbito da Capacitação Pedagógica de Docentes do Programa Mentoring Academy e do Projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 16/03/2023.
Workshop de inovação pedagógica "Miro: Uma Ferramenta Potenciadora de Motivação para Estudantes e Professores", com a duração de 2 horas, no âmbito da Capacitação Pedagógica de Docentes do Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 26/04/2023.
Workshop "Networking e a arte de comunicar", com a duração de 2 horas, no âmbito do projeto TRACE - IPB , projeto que visa implementar um conjunto de ações que contribuem de forma efetiva para práticas pedagógicas ativas, imersivas e experienciais, criando um ecossistema de promoção da transferência de tecnologia e do conhecimento, 14/12/2022.
Workshop de inovação pedagógica "Active Learning", com a duração de 3 horas, no âmbito do Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 13/06/2023.
Workshop "Active Vibrations and Waves - Implementação de métodos de ensino-aprendizagem ativos", com a duração de 2 horas, no âmbito do Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 21/06/2023.
Curso de Formação "Aprendizagem com base em processos de co-criação", acreditado pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua, registo de acreditação CCPFC/ACC 106925/20, com a duração de 344 horas, realizada em regime b-learning pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Bragança, 06/01/2023 a 08/06/2023.
Workshop "Oficinas colaborativas sobre testes online do IPB. Virtual e Lockdown browser", com a duração de 2 horas, no âmbito do Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 31/05/2023. Workshop "Abandono", com a duração de 2 horas, no âmbito do Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 17/05/2023.
Formação Pedagógica para Docentes "Seminário Sala de aula Invertida", com a duração de 2 horas, no âmbito da Formação Pedagógica do Programa Mentoring Academy, organizada pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Bragança, 29/05/2019.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Catarina Alexandra Alves Fernandes

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Análise Financeira	Licenciatura em Gestão e Administração Pública	60.0		50.0	10.0					
Inovação e Empreendedorismo	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Empreendedorismo/Inovação e Empreendedorismo	Licenciatura em Informática e Comunicações/Licenciatura em Marketing	60.0		60.0						
Finanças Públicas (2 turmas)	Licenciatura em Gestão e Administração Pública	120.0		120.0						
Inovação em Turismo	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Elisabete da Anunciação Paulo Morais

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Coordenador ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Informática

Área científica deste grau académico (EN)

Computer Science

Ano em que foi obtido este grau académico

2009

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

541E-1263-2337

Orcid

0000-0002-1923-2341

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Elisabete da Anunciação Paulo Morais

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG)	Bom	Instituto Politécnico de Bragança (IPBragança)	Institucional	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Elisabete da Anunciação Paulo Morais

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2000	Mestrado	Gestão da Informação	Universidade do Porto	Muito Bom
1996	Licenciatura	Engenharia Informática	Universidade de Coimbra	14

5.2.1.4. Formação pedagógica - Elisabete da Anunciação Paulo Morais

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Curso de Formação "Aprendizagem com base em processos de co-criação" (344 horas) - Instituto Politécnico de Bragança: Acreditado pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua (registo de acreditação CCPFC/ACC 106925/20)
2023. "Marketing Analytics Foundation". Coursera (61h)
2023. "Digital Marketing Strategy and Planning". Coursera (31h)
2023. "Foundations of Digital Marketing and E-commerce". Coursera (24h)
2023. "Think Outside the Inbox: Email Marketing". Coursera (25h)

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Elisabete da Anunciação Paulo Morais

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Marketing Digital Aplicado ao Turismo	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						
Bases de Dados I	Licenciatura em Informática e Comunicações	60.0		60.0						
Sistemas de Informação para a Gestão	Licenciatura em Gestão e Administração Pública	60.0		60.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Ana Sofia Coelho

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais

Área científica deste grau académico (EN)

Business Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2017

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Minho

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

BC1C-630F-3EA4

Orcid

0000-0003-3389-3231

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Ana Sofia Coelho

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP)	Muito Bom	Universidade de Aveiro (UA)	Outro	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Ana Sofia Coelho

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2005	Mestrado	Marketing	Universidade Portucalense Infante D Henrique	Muito Bom
1999	Licenciatura em International Business	Ciencias Empresariais	Barry University	3,49

5.2.1.4. Formação pedagógica - Ana Sofia Coelho

Formação pedagógica relevante para a docência
2023. Workshop de Inovação Pedagógica "Active Learning" (15 horas), Programa Mentoring Academy e Projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança.
2023. Workshop "ChatGPT – Evolução ou revolução? Impacto das ferramentas de inteligência artificial no ensino e na ciência" (2 horas), Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança.
2023. Workshop "Active Vibrations and Waves - Implementação de métodos de ensino-aprendizagem ativos"(2 horas), Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança.
2023. Workshop "Miro – Uma Ferramenta Potenciadora de Motivação para Estudantes e Professores" (2 horas), Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança.
2023. Workshop "Abandono" (2 horas), Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança.
2023. Workshop "A Pedagogia e o ChatGPT no Politécnico de Coimbra: Perguntas e Respostas à Queima-Roupa, com António Dias de Figueiredo" (1h 30 minutos. Gabinete de Valorização Profissional e Inovação Pedagógica (GAVIP) do Instituto Politécnico de Coimbra.
2022. e a Arte de Comunicar (12 horas), Programa Mentoring Academy e Projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança.
2022. Kahoot! EDU SUMMIT (2horas)
2021. Curso de Formação "Aprendizagem com base em processos de co-criação" (344 horas) - Instituto Politécnico de Bragança: Acreditado pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua (registo de acreditação CCPFC/ACC 106925/20)
2023. Uso do Turnit-in Para a Detecção de Plágio em Relatórios e Dissertações (3 h)
2023. Introdução à Web of Scinece. (1H). Web of Science online course
2023. Construção de pesquisas avançadas e leitura de textos completos (1H). Curso online Web of Science.
2023. Guardar e exportar o meu trabalho (1h). Curso online Web of Science.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Ana Sofia Coelho

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Gestão de Recursos Humanos	TESP Administração e Negócios	60.0		60.0						
Metodologias de Investigação	Mestrado em Marketing Turístico	51.0	0.0	45.0					6.0	0.0
Metodologia de Investigação	Mestrado em Administração Autárquica	51.0	0.0	45.0					6.0	0.0
Marketing e Publicidade	Licenciatura em Comunicação e Jornalismo	60.0		60.0						
Publicidade e Relações Públicas	Licenciatura em Marketing	60.0		60.0						
Comunicação Organizacional	Licenciatura em Multimédia	30.0		30.0						
Seminário em Marketing	Licenciatura em Marketing	30.0		30.0						
Seminário	Mestrado em Marketing Turístico	18.0		18.0						
Marketing Internacional	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.1. Dados Pessoais - Catarina Antónia Martins

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Turismo

Área científica deste grau académico (EN)

Tourism

Ano em que foi obtido este grau académico

2018

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Aveiro

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

FF1F-17F6-47AF

Orcid

0000-0002-7728-545X

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Catarina Antónia Martins

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Polo	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Catarina Antónia Martins

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2003	Mestrado	Contabilidade e Administração	Universidade do Minho	Muito Bom
1996	Licenciatura	Turismo	Universidade de Aveiro	13 valores

5.2.1.4. Formação pedagógica - Catarina Antónia Martins

Formação pedagógica relevante para a docência
ChatGPT – Evolução ou revolução? Impacto das ferramentas de inteligência artificial no ensino e na ciência
Workshop de inovação pedagógica “Active learning Follow-up I”, com a duração de 1 hora e 30 minutos, no âmbito da Capacitação Pedagógica de Docentes do Programa Mentoring Academy e do Projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança
Workshop de inovação pedagógica “Active learning - Planificação e estruturação de atividades”, com a duração de 3 horas, no âmbito da Capacitação Pedagógica de Docentes do Programa Mentoring Academy e do Projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança
Workshop de inovação pedagógica “Active Learning”, com a duração de 3 horas, no âmbito do Programa Mentoring Academy e do projeto Drop-in@IPB - Integração e Sucesso Académico dos Estudantes do Instituto Politécnico de Bragança, 13/06/2023.
Formação Pedagógica para Docentes “Seminário Sala de aula Invertida”, com a duração de 2 horas, no âmbito da Formação Pedagógica do Programa Mentoring Academy, organizada pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Bragança
Formação Profissional de Básico de Reservas e Emissões, em 25/09/2019, com a duração de 21:00 horas
Formação Profissional de Certificação Docentes – Galileo, em 10/10/2019, com a duração de 7:00 horas
Formação da Ciência ID e CiênciaVitae, no Instituto Politécnico de Bragança, no dia 24 de abril de 2019, com a duração de 2 horas.
Formação “O futuro do ensino superior de qualidade é blended e flipped: experiências com o modelo de sala de aula invertida na Universidade de Alcalá – Madrid e a extensão do modelo flipped às universidades espanholas”, dinamizado pelo Professor Doutor Alfredo Prieto Martín da Universidade de Alcalá – Madrid, no dia 29 de maio de 2019, na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Bragança.
Formação Pedagógica para Docentes “Criação de apresentações visuais de alto impacto – Módulo II”, dinamizada pelo Professor Doutor Jorge Ferreira Vaz, no dia 19 de junho de 2019, com a duração de 2 horas, no âmbito das Oficinas Colaborativas de Inovação Pedagógica – Desenvolvimento de novas práticas e estratégias pedagógicas do Programa Mentoring Academy da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Bragança
Formação Profissional Portal do INE em 21-11-2014, duração 3 horas
Curso de Formação Pedagógica de Formadores que permitiu a obtenção do Certificado de Aptidão Profissional e consequente integração na Bolsa Nacional de Formadores
Curso Análise de Conteúdo com MAXQDA de 14 a 22 de outubro de 2022, duração 12 horas
Formação pedagógica “Testes online – Listas de questões de escolha múltipla e verdadeiras e falsas”, no âmbito do programa de formação em b-learning do Instituto Politécnico de Bragança, realizada no dia 16 de junho de 2020
Curso online daWeb of Science (Session A1 – 19/10/2020 - 1 hour)
Curso online da Web of Science (Session C2 – 22/10/2020 - 1 hour)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Catarina Antónia Martins

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Turismo Internacional	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Internacionalização em Turismo	Mestrado em Marketing Turístico	51.0		45.0					6.0	
Agências de Viagens e Operadores Turísticos	Licenciatura em Turismo	120.0		120.0						
Operações de Distribuição Turística	Licenciatura em Turismo	120.0		120.0						
Seminário	Mestrado em Marketing Turístico	9.0					9.0			
Sustentabilidade em Turismo	Mestrado em Marketing Turístico	45.0		45.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Engenharia Económica

Área científica deste grau académico (EN)

Economic engineering

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Minho

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

A41D-FF9D-929E

Orcid

0000-0001-5962-2945

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Polo	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1998	Licenciatura	Engenharia da produção e gestão industrial	Universidade da Beira Interior	13
2004	Mestrado	Engenharia e Gestão industrial	Universidade do Minho	Muito bom
2022	Pós Graduação	Business Intelligence e Analytics,	Porto Business School	15

5.2.1.4. Formação pedagógica - Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

Formação pedagógica relevante para a docência
2018: Formação em Redesigning Professionally Oriented Studies (80 horas), pela Tampere University of Applied Sciences (TAMK), Finlândia
2019: Curso Executivo de Business Analytics, Católica Porto Business School, Universidade Católica, Porto.
2023: Workshop de Inovação Pedagógica - Active Learning (9,5 horas), no âmbito do Projeto Drop-in@IPB e Mentoring Academy.
2022: Análise de Conteúdo com MAXQDA (12 horas). Gades Training
2018: Análise qualitativa com apoio do NVivo (24 horas), Universidade do Porto.
2017: Curso SPSS avançado – análise multivariada de dados (24 horas), Associação Para a Extensão Universitária (APEU-FEUC), Coimbra

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Metodologias de investigação	Mestrado em Marketing Turístico	51.0		45.0					6.0	
Economia da empresa	Licenciatura em marketing	60.0		60.0						
Estudos de mercado	Licenciatura em marketing	60.0		60.0						
Metodologias de investigação	Licenciatura em comunicação e jornalismo	60.0		60.0						
Gestão de vendas e negociações	Licenciatura em marketing	60.0		60.0						
Economia	Licenciatura em comunicação e jornalismo	60.0		60.0						

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.1. Dados Pessoais - António Luís Gomes Gonçalves

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Licenciatura - 1º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Turismo

Área científica deste grau académico (EN)

Tourism

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Algarve

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Sim

Área científica do título de especialista (PT)

Hotelaria e Restauração

Área científica do título de especialista (EN)

Hospitality

Ano em que foi obtido o título de especialista

2023

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

59

CienciaVitae

831A-D876-8F31

Orcid

0009-0007-4395-9536

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - António Luís Gomes Gonçalves

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - António Luís Gomes Gonçalves

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2016	Pós Graduação em Gestão Hoteleira	Hotelaria e Restauração	Universidade Lusófona de Lisboa	

5.2.1.4. Formação pedagógica - António Luís Gomes Gonçalves

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - António Luís Gomes Gonçalves

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Enogastronomia	Licenciatura em Direção e Gestão Hoteleira	60.0		60.0						
Gestão Hoteleira	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Operações de Alojamento	Licenciatura em Turismo	60.0		60.0						
Seminário	Mestrado em Marketing Turístico	9.0		9.0						

5.3. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

5.3.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

5.3.1.1. Número total de docentes.

9

5.3.1.2. Número total de ETI.

8.59

5.3.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos integrados na carreira docente ou de investigação (art.º 3 DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018).*

Vínculo com a IES	% em relação ao total de ETI
Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	93.13%
Investigador de Carreira (Art. 3º, alínea l) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	0.00%
Outro vínculo	6.87%

5.3.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor*

Corpo docente academicamente qualificado	ETI	Percentagem*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI)	800	93.13%

5.3.4. Corpo docente especializado

Corpo docente especializado	ETI	Percentagem*
Doutorados especializados na(s) área(s) fundamental(is) do CE (% total ETI)	6.0	69.85%
Não doutorados, especializados nas áreas fundamentais do CE (% total ETI)	0.0	0.00%
Não doutorados na(s) área(s) fundamental(is) do CE, com Título de Especialista (DL 206/2009) nesta(s) área(s)(% total ETI)	0.59	6.87%
% de docentes com título de especialista ou doutores especializados, na(s) área(s) fundamental(is) do ciclo de estudos (% total ETI)		76.72%

5.3.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)

Descrição	ETI	Percentagem*
Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados	0.0	0.00%

5.3.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente.

Estabilidade e dinâmica de formação	ETI	Percentagem*
Docentes do ciclo de estudos de carreira com uma ligação à instituição por um período superior a três anos	9.0	104.77%
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI)	0.0	0.00%

5.4. Desempenho do pessoal docente

5.4. Observações. (PT)

O somatório de horas totais de cada docente na distribuição do serviço docente associado à ficha curricular, tende a ser excessivo na medida em que cada docente acrescentou ao serviço atual o serviço decorrente da reestruturação curricular proposta.

5.4. Observações. (EN)

The sum of total hours for each lecturer in the distribution of the teaching service associated with the curriculum sheet tends to be excessive to the extent that each lecturer added to the current service the service that will result from the proposed curricular restructuring.

Observações (PDF)

[sem resposta]

6. Pessoal técnico, administrativo e de gestão (se aplicável)

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. (PT)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

No que respeita à organização e funcionamento interno da instituição, o IPB dispõe de um conjunto de serviços centralizados [Serviços Académicos, Serviços de Ação Social (também disponíveis no campus do Cruzeiro, incluindo uma extensão do Gabinete de Saúde), Gabinete de Imagem e Apoio ao Estudante, Gabinete de Relações Internacionais, Empregabilidade e Inovação Formativa, Serviços Financeiros, Económico, Serviço de Recursos Humanos, Gabinete Jurídico, Gabinete de Apoio a Projetos, Serviços de Informática, Serviços de Documentação e Bibliotecas e Gabinete de Qualidade, Auditoria e Controlo, o que permite que cada Escola concentre a sua atenção nos serviços de apoio direto à atividade pedagógica, como é o caso dos técnicos de apoio aos laboratórios pedagógicos, pessoal das bibliotecas, secretariado para apoio aos estudantes e docentes, entre outros.

A EsACT encontra-se estruturada em diversas unidades funcionais, com o objetivo de providenciar, de forma articulada, serviços aos corpos discente e docente, bem como à comunidade envolvente. Dada a sua natureza, as unidades funcionais classificam-se em secretarias, centros de recursos e laboratórios.

Para apoiar os projetos pedagógicos da EsACT, garantindo as adequadas condições de funcionamento e a qualidade do ensino/aprendizagem, prestam apoio direto 18 colaboradores não-docentes, de forma transversal a todos os CE, e, igualmente, ao NCE agora proposto. Estes 18 efetivos possuem vínculo de emprego público e em regime de tempo de dedicação integral (100%; contrato de trabalho por tempo indeterminado), estando afetos a várias áreas como a Secretaria de Alunos, Gabinete de Estágios, apoio aos espaços pedagógicos e de recursos audiovisuais (Centro de Recursos Informáticos, Centro de Recursos Audiovisuais – Design/Tech e Biblioteca), Gabinete de Comunicação e serviços de apoio geral.

Os serviços de Bar, Segurança e Higiene e Limpeza de espaços são assegurados por entidades externas em regime de outsourcing.

É ainda de salientar a existência de uma bolsa de colaboração da Escola, através da qual são recrutados estudantes, por um curto período, para dar apoio em atividades/tarefas previamente definidas e de curta duração, nomeadamente em serviços de apoio às atividades letivas ou de apoio aos estudantes. Esta bolsa tem contrapartida monetária proporcional ao número de horas de colaboração.

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. (EN)

Regarding the organization and internal operation of the institution, the IPB has a set of centralized services [Academic Services, Social Services (also available on the Cruzeiro campus, including an extension of the Health Office), Image and Student Support Office, International Relations Office, Entrepreneurship, Employability and Training Innovation Office, Financial Services, Procurement Services, Human Resources Service, Legal Office, Project Support Office, IT Services, Documentation and Library Services and Quality, Audit and Control Office, which allows each School to focus its attention on services that directly support teaching activity, such as technicians to support pedagogical laboratories, library staff, secretariat to support students and teachers, among others.

EsACT is structured into several functional units, with the aim of providing, in an articulated way, services to the student and faculty bodies, as well as the surrounding community. Given their nature, functional units are classified into secretariats, resource centers and laboratories.

To support EsACT's pedagogical projects, ensuring adequate operating conditions and the quality of teaching/learning, 18 non-teaching employees provide direct support, across all SC, and also to the SC now proposed. These 18 employees have a public employment contract and full-time dedication (100%; employment contract for an indefinite term), being assigned to various areas such as the Student Secretariat, Internship Office, support for pedagogical spaces and audiovisual resources (Computer Resource Center, Audiovisual Resource Center – Design/Tech and Library), Communication Office and general support services.

Food and Beverage, Security, Hygiene and Cleaning services are provided by external entities on an outsourcing basis.

It should also be noted the existence of a collaboration grant, from the school, through which students are hired, for a short period, to provide support in previously defined and short-term tasks, namely in support services for teaching activities or student support. The monetary counterpart of this grant is proportional to the number of hours of collaboration.

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (PT)

Para dar apoio nas tarefas técnicas, administrativas e de gestão, estarão afetos ao CE 18 colaboradores não docentes a tempo integral.

Os colaboradores dos serviços administrativos e de gestão possuem formação superior (licenciatura ou mestrado). Os colaboradores dos serviços de apoio geral possuem maioritariamente formação de Nível 4/5.

No que diz respeito à formação dos colaboradores, a EsACT apoia ativamente a sua formação e desenvolvimento pessoal e profissional, criando condições para que possam progredir nas suas qualificações.

É igualmente apoiada e estimulada a participação (dos que assim o desejem) em programas de requalificação e formação de adultos, em programas de mobilidade internacional, em planos orientados à aquisição de novas competências e conhecimentos quer para o exercício das suas funções quer como alavancas de progressão profissional ou de desenvolvimento pessoal e de integração organizacional.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (EN)

To support technical, administrative and management tasks, 18 full-time non-teaching employees will be assigned to the SC. Employees of administrative and management services have higher education (bachelor's or master's degree). Employees of general support services have mostly Level 4/5 training.

Regarding the training of employees, EsACT actively supports their personal and professional training and development, creating conditions for them to improve their qualifications.

Is also supported and encouraged the participation (of those who wish) in adult requalification and training programs, in international mobility programs, in plans aimed at acquiring new skills and knowledge, both for the exercise of their duties and as levers of professional progression or personal development and organizational integration.

7. Instalações, parcerias e estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem (se aplicável)

7.1. Registaram-se alterações significativas quanto a instalações e equipamentos desde o anterior processo de avaliação?

Sim Não

7.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explicação e fundamentação das alterações efetuadas. (PT)

Desde a última avaliação, procedeu-se à renovação e modernização das instalações da IES. Todas as salas foram equipadas com sistema de videoconferência permitindo aulas a distância criando um ambiente de ensino moderno. Cada docente passou a dispor de um computador dedicado para lecionação. A rede wireless foi reforçada para assegurar conectividade estável. A sala de atos foi renovada para proporcionar um ambiente mais moderno e acolhedor para eventos académicos, e foram criados espaços de co-working e lazer, bem como um espaço físico para o programa Mentoring Academy. O horário de funcionamento da cantina foi alargado disponibilizando agora serviço ao jantar e aos sábados.

Aprovação duas residências. Data previsível de finalização 2025. Criação de gabinete de psicologia. Reforço de equipamentos informáticos e audiovisuais, com todas as salas apetrechadas com sistema de videoconferência (aulas a distância).

7.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explicação e fundamentação das alterações efetuadas. (EN)

Since the last evaluation, HEI facilities have been renovated and modernized. All classrooms have been equipped with a videoconferencing system, allowing for distance learning and creating a modern teaching environment. Each lecturer now has a dedicated computer for teaching. The wireless network was reinforced to ensure stable connectivity. The function room was renovated to provide a more modern and welcoming environment for academic events, and co-working and leisure spaces were created, as well as a physical space for the Academy Mentoring program. The canteen's opening hours have been extended to include dinner and Saturdays.

Approval of two new residences. Estimated completion date 2025. Creation of a psychology office. Reinforcement of computer and audiovisual equipment, with all classrooms equipped with a videoconferencing system (distance learning classes).

7.2. Registaram-se alterações significativas quanto a parcerias nacionais e internacionais no âmbito do ciclo de estudos desde o anterior processo de avaliação?

Sim Não

7.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (PT)

- Foi criada a Stars EU Alliance um consórcio que reúne a Universidade de Ciências Aplicadas de Hanze (Países Baixos), o Instituto Politécnico de Bragança (Portugal), Universidade de Ciências Aplicadas de Bremen (Alemanha), a Universidade de La Laguna (Espanha), Universidade de Silesia em Opava (República Checa), Universidade do Oeste (Suécia), a Universidade Tecnológica de Cracóvia (Polónia) e a Universidade Tecnológica do Atlântico (Irlanda).

- Foi estabelecida uma parceria com a Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing (APPM).

- No âmbito do programa Erasmus Mundus Design Measures foi aprovado o projeto "Data Driven Digital Marketing - 3D-M" que resulta de uma parceria entre quatro Instituições participantes: Business and Technology University (GE); University of Versailles Saint Quentin-en-Yvelines (FR); Instituto Politécnico de Bragança (PT), Cyprus University of Technology (CY).

- GREEntea – Erasmus+ Partnership for Cooperation

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

7.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (EN)

- The Stars EU Alliance was created, a consortium that brings together the Hanze University of Applied Sciences (Netherlands), the Polytechnic Institute of Bragança (Portugal), the University of Applied Sciences of Bremen (Germany), the University of La Laguna (Spain), the University of Silesia in Opava (Czech Republic), the University of the West (Sweden), the Krakow University of Technology (Poland) and the Atlantic University of Technology (Ireland).
- A partnership was established with the Portuguese Association of Marketing Professionals (APPM)..
- Under the Erasmus Mundus Design Measures program, the "Data Driven Digital Marketing - 3D-M" project was approved, resulting from a partnership between four participating institutions: Business and Technology University (GE); University of Versailles Saint Quentin-en-Yvelines (FR); Polytechnic Institute of Bragança (PT), Cyprus University of Technology (CY).
- GREEntea – Erasmus+ Partnership for Cooperation -

7.3. Registaram-se alterações significativas quanto a estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem desde o anterior processo de avaliação?

Sim [] Não

7.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (PT)

Estabeleceu-se o Gabinete de Estágios para apoiar integralmente os estudantes nesse processo. Foi criado o gabinete de psicologia que garante suporte a toda a comunidade da IES. Adicionalmente, o horário de funcionamento da biblioteca foi alargado permitindo o acesso até às 00:00 durante a semana e até às 19:00 aos sábados. Esta medida visa facultar aos estudantes um ambiente propício ao estudo e investigação fora do horário convencional. Os espaços de co-working e áreas de lazer desenvolvidos foram concebidos para fomentar a interação entre os estudantes, docentes e pessoal não docente, promovendo uma cultura de colaboração e partilha de conhecimento. Foi adquirido o Software Turnitin o que permite reforçar a confiabilidade por parte dos docentes relativamente aos trabalhos entregues pelos alunos. O IPB adquiriu licenças Coursera: uma plataforma internacional de cursos online e de suporte à atividade docente em modalidades de blended e e-learning.

7.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (EN)

Since the last evaluation, improvements have been made to the teaching support structures at EsACT. The Internship Office has been set up to fully support students in this process. In addition, the library's opening hours have been extended, allowing access until 00:00 during the week and until 19:00 on Saturdays. This measure aims to provide students with an environment conducive to study and research outside conventional hours. The co-working spaces and leisure areas developed are designed to encourage interaction between students, teachers and non-teaching staff, promoting a culture of collaboration and knowledge sharing. Turnitin software has been acquired, which makes it possible to reinforce the reliability of teachers with regard to the work handed in by students. IPB has also joined Coursera: an international platform for online courses and support for teaching in blended and e-learning modalities.

7.4. Registaram-se alterações significativas quanto a locais de estágio e/ou formação em serviço, protocolos com as respetivas entidades e garantia de acompanhamento efetivo dos estudantes durante o estágio desde o anterior processo de avaliação?

Sim [] Não

7.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (PT)

Foi criado o Gabinete de Estágios para otimizar a experiência dos alunos no processo de estágio. Este gabinete atua como um ponto central de suporte, fornecendo orientação e assistência. Outra melhoria foi a implementação de procedimentos online, incluindo o registo online de temas de dissertação/estágio/projeto. Essa abordagem digital visa agilizar e simplificar os processos administrativos, permitindo que os alunos submetam seus temas de estágio de forma eficiente. Foram assinados novos protocolos de estágio com a Açores DMO e a Lenovo que permitiram a realização de estágios profissionais dos alunos do Ciclo de Estudos em Marketing Turístico nestas instituições.

7.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (EN)

The Internship Support Office was created to optimize students' experience of the internship process. This office acts as a central point of support, providing guidance and assistance.

Another improvement was the implementation of online procedures, including the online registration of internship topics. This digital approach aims to streamline and simplify administrative processes, allowing students to submit their internship topics efficiently.

New internship protocols were signed with Açores DMO and Lenovo, allowing students from the Tourism Marketing Study Cycle to carry out professional internships at these institutions.

8. Parâmetros de avaliação do Ciclo de Estudos.**8.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso.****8.1.1. Total de estudantes inscritos.**

30.0

8.1.2. Caracterização por Género.

Género	Percentagem
Masculino	33
Feminino	67

8.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

Ano curricular	Estudantes inscritos
1º ano curricular	11
2º ano curricular	19

8.1.4. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes. (PT)

Apesar de ser complementar às formações de L1 da IES, nomeadamente L1 Turismo e Marketing, observa-se uma estagnação no interesse desses estudantes pelo M1 Marketing Turístico. Contrariamente, temos testemunhado um aumento significativo na procura por parte de estudantes internacionais provenientes dos PALOP, com Cabo Verde a destacar-se como o principal país de origem. No entanto, é importante notar que o último ano foi atípico, marcado por uma diminuição temporária na procura pelo CE, interrompendo uma tendência crescente que se verificou nos dois anos anteriores.

Despite being complementary to IES L1 training, namely L1 Tourism and Marketing, there is a stagnation in the interest of these students in M1 Tourism Marketing. On the contrary, we have witnessed a significant increase in demand from international students from the PALOP, with Cape Verde standing out as the main country of origin. However, it is important to note that the last year was atypical, marked by a temporary decrease in demand for CE, interrupting a growing trend that occurred in the previous two years.

8.2. Procura do ciclo de estudos - Estudantes

Parâmetro	Penúltimo ano	Último ano	Ano corrente
N.º de vagas / No. of openings	15	20	20
N.º de candidatos / No. of candidates	55	56	11
N.º de admitidos / No. of admissions	15	20	11
N.º de inscritos no 1º ano, 1ª vez / No. of enrolments in 1st year 1st time	18	22	8

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

8.2. Procura do ciclo de estudos - Classificações

Parâmetro	Penúltimo ano	Último ano	Ano corrente
Nota de candidatura do último colocado / Grade of the last candidate to be admitted	0	0	0
Nota média de entrada / Average entry grade	0	0	0

8.3. Resultados Académicos.

8.3.1. Eficiência formativa.

Indicador	Antepenúltimo ano	Penúltimo ano	Último ano
N.º de graduados / No. of graduates	5	4	10
N.º de graduados em N anos / No. of graduates in N years	1	3	4
N.º de graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	3	1	2
N.º de graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	1	0	3
N.º de graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	1

8.3.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (PT)

Não aplicável.

8.3.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (EN)

Not applicable.

8.3.3. Dados sobre desemprego dos diplomados do ciclo de estudos (PT)

Segundo dados oficiais da DGEEC, em 2022 a taxa de desemprego dos diplomados do ciclo de estudo é de 0%, nunca tendo existido qualquer registo de um diplomado do CE em situação de desemprego. Estes valores comparam bem com os também bons números de todas as formações de 2º ciclo da área CNAEF 342 existindo nos cursos elencados pela DGEEC nesta área o registo de apenas 2 desempregados no período 2002-2021. Sendo um curso de 2.º ciclo também se tem verificado que maioritariamente os estudantes já se encontram no mercado de trabalho. Acresce ainda que o IPB continua a apostar numa política de colocar no mercado de trabalho capital humano, que vá ao encontro dos padrões qualitativos mais ambiciosos e sustentáveis. Para tal, tem aplicado um inquérito por questionário (o último, realizado em 2022), existindo documentos técnico-científicos realizados no âmbito onde os dados obtidos demonstram uma satisfação muito elevada (4.5 numa escala de 1 a 5) dos diplomados para com o IPB.

8.3.3. Dados sobre desemprego dos diplomados do ciclo de estudos (EN)

According to official DGEEC data, in 2022 the unemployment rate for graduates of the study cycle is 0%, and there has never been any record of a CE graduate being unemployed. These figures compare well with the good unemployment figures for all 2nd cycle courses in the CNAEF 342 area, with only 2 unemployed people recorded in the courses listed by the DGEEC in this area in 2002-2021. As this is a 2nd cycle course, it has also been noted that most students are already in the job market. In addition, the IPB continues to pursue a policy of placing human capital on the job market that meets the most ambitious and sustainable qualitative standards. To this end, it has applied a questionnaire survey (the last one carried out in 2022), and there are technical-scientific documents carried out in this context where the data obtained shows very high satisfaction (4.5 on a scale of 1 to 5) of graduates with the IPB.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**8.4. Resultados de internacionalização.****8.4.1. Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal técnico, administrativo e de gestão.**

Indicador	Antepenúltimo ano	Penúltimo ano	Último ano
Alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Foreign students enrolled in the study programme	41	41	51
Alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Students in international mobility programs (in)	9		
Alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Students in international mobility programs (out)		2	
Docentes estrangeiros (in) / Foreign teaching staff (in)			12.5
Docentes (out) / Teaching staff (out)		75	75
Pessoal técnico, administrativo e de gestão estrangeiro (in) / Foreign technical, administrative and management staff (in)		17	17
Pessoal técnico, administrativo e de gestão (out) / Technical, administrative and management staff (out)		17	17

8.4.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (PT)

- Foi criada a Stars EU Alliance um consórcio que reúne a Universidade de Ciências Aplicadas de Hanze (Países Baixos), o Instituto Politécnico de Bragança (Portugal), Universidade de Ciências Aplicadas de Bremen (Alemanha), a Universidade de La Laguna (Espanha), Universidade de Silesia em Opava (República Checa), Universidade do Oeste (Suécia), a Universidade Tecnológica de Cracóvia (Polónia) e a Universidade Tecnológica do Atlântico (Irlanda).

- No âmbito do programa Erasmus Mundus Design Measures foi aprovado o projeto "Data Driven Digital Marketing - 3D-M" que resulta de uma parceria entre quatro Instituições participantes: Business and Technology University (GE); University of Versailles Saint Quentin-en-Yvelines (FR); Instituto Politécnico de Bragança (PT), Cyprus University of Technology (CY).

8.4.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (EN)

- The Stars EU Alliance was created, a consortium that brings together the Hanze University of Applied Sciences (Netherlands), the Polytechnic Institute of Bragança (Portugal), the University of Applied Sciences of Bremen (Germany), the University of La Laguna (Spain), the University of Silesia in Opava (Czech Republic), the University of the West (Sweden), the Krakow University of Technology (Poland) and the Atlantic University of Technology (Ireland).

- Under the Erasmus Mundus Design Measures program, the "Data Driven Digital Marketing - 3D-M" project was approved, the result of a partnership between four participating institutions: Business and Technology University (GE); University of Versailles Saint Quentin-en-Yvelines (FR); Polytechnic Institute of Bragança (PT), Cyprus University of Technology (CY).

8.5. Resultados das atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**8.5.1. Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica.**

Unidade de investigação	Classificação (FCT)	IES	Tipos de Unidade de Investigação	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados
Centro de Economia e Finanças da Universidade do Porto (cef.up)	Muito Bom	Faculdade de Economia da Universidade do Porto (FEP/UP)	Outro	1
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Polo	5
Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG)	Bom	Instituto Politécnico de Bragança (IPBragança)	Institucional	1
Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP)	Muito Bom	Universidade de Aveiro (UA)	Outro	1

8.5.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido. (PT).

- Erasmus Mundus Design Measures – “Data Driven Digital Marketing - 3D-M” (2022-2023) com financiamento de 55.000€. Este projeto é constituído por um consórcio internacional de IES de diferentes países do mundo e parceiros não educativos com experiência temática específica, conhecimentos especializados e interesse em Marketing Digital, com o objetivo de responder às necessidades dos mercados locais e internacionais através da integração das TIC com o marketing.

- GREEntea – Erasmus+ Partnership for Cooperation - “Green tourism in higher education by developing alternative educational materials and learning opportunities” (2023-2026) com financiamento de 400.000€. Este projeto visa facilitar o desenvolvimento colaborativo de um portal educativo para fornecer conhecimentos atualizados aos estudantes do ensino superior, melhorando as suas competências em relação ao turismo de natureza, turismo sustentável, viagens e turismo ecológicos, resiliência regional e global sobre a conservação da natureza, entre outros. Está ainda prevista a organização de cursos de verão para estudantes e professores.

- CRECEER - Project co-financed by the ERDF through the Interreg V-A Spain-Portugal Program (POCTEP) 2014-2020, com financiamento de 1,978,697.08€. Foi um projeto de Criação de Redes de Cooperação Empresarial nas Zonas Rurais Transfronteiriças dos Sectores Agroalimentar (gourmet) e Turístico que teve como objetivos promover a cooperação empresarial em meio rural transfronteiriço entre empresas e entidades dos sectores agroalimentar (gourmet) e turístico, melhorando a qualidade e a conceção dos seus produtos e serviços, bem como a incorporação das TIC nos seus modelos de negócio, criando redes de cooperação entre empresas destes sectores e oferecendo uma identificação comum e específica destes espaços, que potencie os seus recursos endógenos.

- Projeto “Viver na Casa da Avó” inserido nos Projetos de Investigação Científica e Desenvolvimento Tecnológico (IC&DT) NORTE-01-0145-FEDER-023637, com financiamento 149,906.86€. Teve como objetivo contribuir para a luta contra o despovoamento e o isolamento das comunidades rurais, tirando partido do conhecimento ancestral destas comunidades para criar experiências autênticas enraizadas no destino.

- Projeto “Olive4All – “Património da Oliveira para o Desenvolvimento Sustentável: Sensibilização da Comunidade para o Património Vivo” aprovado no âmbito do programa Joint Programming Initiative on Cultural Heritage and Global Change com financiamento de 550.000€.

-Projeto TURNOUT: Desenvolvimento do Turismo Outdoor da Região Norte de Portugal - POCI-01-0145-FEDER-032289
Financiamento 239.918,65€

-Projeto AquaValor: Centro de Valorização e Transferência de Tecnologia da Água – NORTE-01-0246-FEDER-000053
Financiamento 1.907.839,03€

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

8.5.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido. (EN)

- Erasmus Mundus Design Measures - "Data Driven Digital Marketing - 3D-M" (2022-2023) with funding of €55,000. This project is made up of an international consortium of HEIs from different countries around the world and non-educational partners with specific thematic experience, specialized knowledge and interest in Digital Marketing, with the aim of responding to the needs of local and international markets by integrating ICT with marketing.

- GREEntea - Erasmus+ Partnership for Cooperation - "Green tourism in higher education by developing alternative educational materials and learning opportunities" (2023-2026) with funding of €400,000. This project aims to facilitate the collaborative development of an educational portal to provide up-to-date knowledge to higher education students, improving their skills in relation to nature tourism, sustainable tourism, green travel and tourism, regional and global resilience on nature conservation, among others. It is also planned to organize summer courses for students and teachers.

- CRECEER - Project co-financed by the ERDF through the Interreg V-A Spain-Portugal Program (POCTEP) 2014-2020, with funding of € 1,978,697.08. It was a project for the Creation of Business Cooperation Networks in Cross-Border Rural Areas in the Agri-food (gourmet) and Tourism Sectors, which aimed to promote business cooperation in cross-border rural areas between companies and entities in the agri-food (gourmet) and tourism sectors, improving the quality and design of their products and services, as well as incorporating ICT into their business models, creating cooperation networks between companies in these sectors and offering a common and specific identification of these areas, which would enhance their endogenous resources.

- The "Living in Grandma's House" project was part of the NORTE-01-0145-FEDER-023637 Scientific Research and Technological Development Projects (IC&DT), with funding of € 149,906.86. Its aim was to contribute to the fight against depopulation and the isolation of rural communities, taking advantage of the ancestral knowledge of these communities to create authentic experiences rooted in the destination.

- Olive4All - "Olive Heritage for Sustainable Development: Raising Community Awareness of Living Heritage" project approved under the Joint Programming Initiative on Cultural Heritage and Global Change program with funding of € 550,000.

- TURNOUT Project: Development of Outdoor Tourism in the Northern Region of Portugal - POCI-01-0145-FEDER-032289

Financing €239,918.65

-AquaValor Project: Center for the Valorization and Transfer of Water Technology - NORTE-01-0246-FEDER-000053

Funding 1.907.839,03€

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

8.5.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) científica(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos, e seu contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística. (PT)

- Organização de evento científico com indexação - Congresso Internacional de Turismo (ITC) 2023. O congresso recebeu 104 comunicações e mais de uma centena de investigadores presencialmente e online debatendo as mais recentes tendências na área da sustentabilidade dos destinos turísticos. <https://itc23.ipb.pt>*
- A IES integra a Rede de Instituições Públicas do Ensino Superior Politécnico com Cursos de Turismo (RIPTUR) com a participação em eventos nacionais como a Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL) e a participação em diversas atividades como a organização de Seminários e Webinars.*
- Assumindo a cooperação com a região como um compromisso estruturante da sua missão, a IES, organizou e organiza, regularmente, um conjunto de iniciativas sob o rótulo de Seminários de Marketing Turístico, por forma a criar sinergias, que a curto e médio prazo possibilitam progressos comuns, que se estendem ao desenvolvimento de toda a região*
- Existe também uma colaboração regular com a Comunidade Intermunicipal Terras de Trás-os-Montes (CIM-TTM), no sentido de se apoiarem e reforçarem no âmbito de candidaturas. Nesse sentido, no decurso do processo de concretização do plano de marketing territorial das TTM, o IPB contribuiu com diversas ações, em áreas dispare, sendo algumas da responsabilidade da IES na área do turismo*
- Inserido num conjunto de iniciativas de proximidade com a região, encontram-se também em curso um conjunto de parcerias com as autarquias da região, no sentido de valorização do seu posicionamento turístico.*
- Existe igualmente uma colaboração continuada com as associações empresariais da região que entre outras iniciativas se materializam na participação vários projetos como:*
- O Programa INOVAR +- projeto dinamizado pelas associações empresariais NERBA, NERVIR e ACISAT, que visa promover a inovação na região.*
- O programa Turnat 4.0 um projeto em co-promoção, tendo como entidade líder a APPITAD, no âmbito do Sistema de Incentivos Ações Coletivas que visa a criação e dinamização de uma estrutura técnica de gestão e tecnológica de apoio ao empreendedorismo que potencie a geração de ideias de negócio, a criação de novos produtos e novas empresas nas fileiras do turismo de natureza, agricultura e agroalimentar, especialmente em empreendedorismo.*
- O IPB estabeleceu um plano de cooperação estratégico com algumas empresas da região com atividade nos principais domínios do conhecimento, nos quais o IPB detém competências. No âmbito destes consórcios tem-se tido sempre como orientação central a promoção da inovação, envolvendo os estudantes em projetos reais no âmbito do seu percurso formativo. Como projetos mais consolidados da atividade que se tem vindo a desenvolver neste domínio destaca-se o DEMOLA Norte de Portugal (<https://portugal.demola.net/>), o qual pretende desafiar as empresas a envolver-se em projetos de inovação desenvolvidos por alunos.*
- Organization of a scientific event with indexation - International Tourism Congress (ITC) 2023. The congress received 104 papers and over a hundred researchers in person and online, debating the latest trends in the area of sustainability of tourist destinations. <https://itc23.ipb.pt>*
- The HEI is part of the Network of Public Polytechnic Higher Education Institutions with Tourism Courses (RIPTUR), taking part in national events such as the Lisbon Tourism Exchange (BTL) and participating in various activities such as organizing seminars and webinars.*
- Assuming cooperation with the region as a structuring commitment of its mission, EsACT-IPB has organized and regularly organizes a series of initiatives under the label of Tourism Marketing Seminars, in order to create synergies, which in the short and medium term enable common progress, which extends to the development of the entire region.*
- There is also regular collaboration with the Terras de Trás-os-Montes Intermunicipal Community (CIM-TTM), in order to support and strengthen each other within the framework of applications. In this sense, during the process of implementing the TTM territorial marketing plan, the IPB contributed to various actions in different areas, some of which were the responsibility of EsACT-IPB in the area of tourism*
- As part of a series of initiatives to get closer to the region, a series of partnerships are also underway with the region's local authorities to enhance their tourism positioning.*
- There is also ongoing collaboration with the region's business associations which, among other initiatives, takes the form of participation in various projects such as:*
- the INOVAR + Program - a project promoted by the business associations NERBA, NERVIR and ACISAT, which aims to promote innovation in the region.*
- The Turnat 4.0 program is a co-promoted project, with APPITAD as the lead entity, under the Collective Actions Incentive System, which aims to create and boost a technical management and technological structure to support entrepreneurship that fosters the generation of business ideas, the creation of new products and new companies in the nature tourism, agriculture and agri-food sectors, especially in entrepreneurship.*
- IPB has established a strategic cooperation plan with a number of companies in the region that are active in the main fields of knowledge in which the IPB has expertise. The main focus of these consortia has always been to promote innovation, involving students in real projects as part of their training. The most consolidated projects in this area are DEMOLA Norte de Portugal (<https://portugal.demola.net/>), which aims to challenge companies to get involved in innovation projects developed by students.*

8.6. Relatório de autoavaliação do ciclo de estudo elaborado no âmbito do sistema interno de garantia da qualidade.

[Mestrado Marketing Turístico Relatório Avaliação 2022_23.pdf](#) | PDF | 210 Kb

9. Análise SWOT do ciclo de estudos e proposta de ações de melhoria.

9.1. Análise SWOT global do ciclo de estudos.

9.1.1. Forças. (PT)

Continuidade na Formação Académica: o M1 Marketing Turístico mantém a sua complementaridade com formações de L1 ministradas na IES, nomeadamente Turismo e Marketing, facilitando a continuação de estudos na mesma instituição.

Contribuição Regional na Investigação Aplicada: destaca-se a elevada percentagem de trabalhos de Dissertação/Projeto/Estágio aplicados à região, promovendo a investigação aplicada para o desenvolvimento regional e local.

Iniciativas Abertas à Comunidade: um considerável número de iniciativas promovidas pelo CE são abertas à comunidade, fomentando a disseminação de conhecimento e a geração de sinergias.

Recursos Materiais e Digitais Adequados: a existência de recursos físicos e digitais, incluindo acesso à biblioteca de conhecimento online (b-on), plataforma Coursera, e outras bases de dados, proporciona boas condições de estudo e permanência na IES.

Informatização Avançada: destaca-se o elevado grau de informatização dos instrumentos de suporte à atividade letiva, incluindo guia ECTS online, plataformas de e-learning, registo on-line de temas de dissertação/projeto/estágio, e mecanismos de recolha de informação.

Qualidade Reconhecida: a qualidade dos trabalhos realizados na dissertação/projeto/estágio é evidenciada por apresentações em conferências internacionais indexadas, publicações em livros, capítulos de livros e artigos em revistas científicas, além de distinções de melhores artigos em conferências.

Estabilidade e Qualidade do Corpo Docente: o corpo docente mantém uma grande estabilidade, pertencendo simultaneamente U&ID classificadas com Muito Bom ou Bom pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, o que assegura qualidade e experiência ao CE.

Diversidade Internacional: a presença de um elevado número de estudantes internacionais proporciona uma rica troca de experiências e conhecimentos.

Parcerias Institucionais Consolidadas: estabelecimento de parcerias institucionais a nível nacional e a inserção na rede europeia Stars EU Alliance fortalecem a posição do programa.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.1. Forças. (EN)

Continuity of Academic Training: M1 Tourism Marketing is complementary to L1 courses taught at the HEI, namely Tourism and Marketing, facilitating the continuation of studies at the same institution.

Regional Contribution to Applied Research: the high percentage of dissertations/projects/internships applied to the region stands out, promoting applied research for regional and local development.

Initiatives Open to the Community: a considerable number of initiatives promoted by the EC are open to the community, fostering the dissemination of knowledge and the generation of synergies.

Adequate Material and Digital Resources: the existence of physical and digital resources, including access to the online knowledge library (b-on), the Coursera platform, and other databases, provides good conditions for studying and staying at the HEI.

Advanced Computerization: the high degree of computerization of the tools to support teaching activity stands out, including the online ECTS guide, e-learning platforms, online registration of dissertation/project/internship topics, and information collection mechanisms.

Recognized Quality: the quality of the work carried out in the dissertation/project/internship is evidenced by presentations at indexed international conferences, publications in books, book chapters and articles in scientific journals, as well as awards for best articles at conferences.

Stability and Quality of the Teaching Staff: the teaching staff is very stable, belonging simultaneously to U&IDs rated Very Good or Good by the Foundation for Science and Technology, which ensures quality and experience for the EC.

International Diversity: the presence of a large number of international students provides a rich exchange of experiences and knowledge.

Consolidated Institutional Partnerships: the establishment of institutional partnerships at national level and inclusion in the European Stars EU Alliance network strengthen the program's position.

9.1.2. Fraquezas. (PT)

Intercâmbio de Estudantes a Consolidar: o processo de intercâmbio de estudantes ainda não está totalmente consolidado, refletindo-se em um número reduzido de alunos em outgoing e incoming.

Número Limitado de Trabalhos de Dissertação/Projeto/Estágio Concluídos: apesar de se ter verificado uma melhoria significativa desde a avaliação anterior, o número de dissertações/projetos/estágios concluídos é ainda reduzido.

Envolvimento dos Estudantes em Projetos de Investigação: a colaboração dos estudantes em projetos de investigação e serviços prestados pelos docentes necessita de estímulo adicional.

9.1.2. Fraquezas. (EN)

Student Exchange to be Consolidated: The student exchange process is not yet fully consolidated, reflected in a reduced number of outgoing and incoming students.

Limited number of completed dissertations/internships/projects: Although there has been a significant improvement since the previous evaluation, the number of completed dissertations/projects/internships is still somewhat limited.

Student involvement in research projects: Student collaboration in research projects and services provided by teaching staff needs additional encouragement.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.3. Oportunidades. (PT)

Formação Contínua para Profissionais no Mercado de Trabalho: O M1 em Marketing Turístico constitui uma sólida oferta formativa para a valorização de quadros superiores já inseridos no mercado de trabalho, promovendo a sua formação contínua.

Networking através de Eventos: a realização de eventos proporciona oportunidades para oradores nacionais e internacionais estabelecerem contato com a IES e, em particular, com o CE, potencialmente resultando em parcerias inter-organizacionais.

Necessidade de Formação na Área: a inexistência de um CE similar em instituições de ensino superior da região, aliada à crescente necessidade de formação em marketing turístico, aumenta a atratividade do CE.

Localização Estratégica: a localização geográfica na cidade de Mirandela, integrada em importantes áreas naturais, como a Reserva da Biosfera Transfronteiriça Meseta Ibérica, o Parque Natural Regional Vale do Tua bem como a proximidade ao Parque Natural de Montesinho, ao Parque Natural Douro Internacional, ao Parque Natural do Alvão, ao Geoparque Terras de Cavaleiros, ao Douro Vinhateiro (Património UNESCO) às gravuras rupestres de Foz Côa (Património UNESCO) e ainda os caretos de Podence (Património imaterial da UNESCO) proporciona um ambiente único para a investigação regional.

Sector Turístico Regional em Crescimento: o sector turístico regional está em crescimento, beneficiando do aumento da procura do Turismo de Natureza e por territórios de baixa densidade, reconhecendo por isso crescentemente a necessidade de promoção dos seus serviços.

Integração de Tecnologias Emergentes: a introdução de tecnologias emergentes, como realidade virtual e inteligência artificial, no currículo pode posicionar o programa na vanguarda da educação em Marketing Turístico.

Reforçar o compromisso do CE com a sustentabilidade: através da formação de profissionais capazes de impulsionar práticas sustentáveis no turismo, beneficiando não apenas os estudantes, mas também as empresas turísticas locais que apesar de se localizarem num entorno natural de excelência necessitam de obtenção de certificações de práticas sustentáveis para fortalecer a sua competitividade, indo ao encontro do estabelecido na Estratégia Nacional de Turismo 2027.

9.1.3. Oportunidades. (EN)

Continuous Training for Professionals in the Labor Market: The M1 in Tourism Marketing is a solid training offer for senior staff already in the labor market, promoting their continuous training.

Networking through Events: holding events provides opportunities for national and international speakers to establish contact with the HEI and, in particular, with the EC, potentially resulting in inter-organizational partnerships.

Need for Training in the Area: the lack of a similar CE in higher education institutions in the region, combined with the growing need for training in tourism marketing, increases the attractiveness of the CE.

Strategic location: the geographical location in the city of Mirandela, integrated into important natural areas such as the Meseta Ibérica Transfrontier Biosphere Reserve, the Vale do Tua Regional Natural Park as well as its proximity to the Montesinho Natural Park, the Douro International Natural Park, the Alvão Natural Park, the Terras de Cavaleiros Geopark, the Douro Wine Region (UNESCO Heritage), the rock engravings of Foz Côa (UNESCO Heritage) and the caretos of Podence (UNESCO Intangible Heritage) provide a unique environment for regional research.

Growing Regional Tourism Sector: the regional tourism sector is growing, benefiting from increased demand for Nature Tourism and for low-density territories, thus increasingly recognizing the need to promote its services.

Integration of Emerging Technologies: the introduction of emerging technologies, such as virtual reality and artificial intelligence, into the curriculum can position the program at the forefront of Tourism Marketing education.

Strengthening the EC's commitment to sustainability: by training professionals capable of promoting sustainable practices in tourism, benefiting not only the students, but also local tourism businesses which, despite being located in excellent natural surroundings, need to obtain certifications for sustainable practices in order to strengthen their competitiveness, in line with the National Tourism Strategy 2027.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.4. Ameaças. (PT)

Dificuldades na Conciliação Trabalho-Academia: as exigências do mercado de trabalho dificultam a conciliação entre vida profissional e atividades académicas, contribuindo para a demora na conclusão da unidade curricular Dissertação/Projeto/Estágio.

Despovoamento da Região: a tendência para o despovoamento da região pode resultar num número insuficiente de candidatas na área de influência, devido ao baixo nível de atratividade para estudantes e fixação da população.

Dimensão reduzida das empresas turísticas que operam na região: a dimensão reduzida das empresas turísticas que operam na região é um entrave na estruturação da oferta/produtos turísticos.

9.1.4. Ameaças. (EN)

Difficulties in the Work-Academia Balance: The demands of the job market make it difficult to reconcile professional life and academic activities, contributing to the delay in completing the Dissertation/Project Work/Internship curricular unit.

Depopulation of the region: The trend towards depopulation of the region may result in an insufficient number of candidates in the area of influence, due to the low level of attractiveness for students and population settlement.

Small size of tourism companies operating in the region: The small size of tourism companies operating in the region is an obstacle to structuring the tourism offer/products.

9.2. Proposta de ações de melhoria.

9.2.1. Ação de melhoria. (PT)

Ação de Melhoria 1 - Consolidação do Intercâmbio de Estudantes:

Implementar um plano estratégico para consolidar o programa de intercâmbio de estudantes, estabelecendo parcerias mais sólidas com instituições internacionais. Este plano deverá incluir a divulgação ativa das oportunidades de intercâmbio, a simplificação dos processos administrativos e a criação de incentivos para a participação, visando aumentar significativamente o número de alunos em outgoing e incoming.

Ação de Melhoria 2 - Estímulo à Conclusão de Trabalhos Académicos:

Desenvolver um programa de acompanhamento personalizado para os estudantes durante a fase de elaboração de dissertação/projeto/estágio. Implementar workshops regulares, e estabelecer metas claras para o progresso, visando aumentar o número de trabalhos concluídos.

Ação de Melhoria 3 - Promoção do Envolvimento dos Estudantes em Investigação:

Desenvolver um plano de promoção e sensibilização sobre a importância do envolvimento dos estudantes em projetos de investigação. Criar incentivos, como bolsas de investigação ou reconhecimento académico, para estimular a participação ativa dos estudantes. Facilitar a comunicação entre estudantes e docentes para identificar áreas de interesse mútuo e oportunidades para colaboração.

9.2.1. Ação de melhoria. (EN)

Improvement Action 1 - Consolidation of the Student Exchange Program:

Implement a strategic plan to consolidate the student exchange program by establishing stronger partnerships with international institutions. This plan should include actively publicizing exchange opportunities, simplifying administrative processes and creating incentives for participation, with the aim of significantly increasing the number of outgoing and incoming students.

Improvement Action 2 - Encouraging the Completion of Academic Work:

Develop a personalized accompaniment program for students during the preparation phase of dissertations, projects and internships. Implement regular workshops, and set clear targets for progress, with the aim of increasing the number of projects completed.

Improvement Action 3- Promoting Student Involvement in Research:

Develop a plan to promote and raise awareness of the importance of student involvement in research projects. Create incentives, such as research grants or academic recognition, to encourage active student participation. Facilitate communication between students and lecturers to identify areas of mutual interest and opportunities for collaboration.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da ação. (PT)

Prioridade da Ação de Melhoria 1 (Consolidação do Intercâmbio de Estudantes): Alta. Tempo de Implementação: Início imediato, com foco em resultados nos 2 próximos anos letivos.

Prioridade da Ação de Melhoria 2 (Estímulo à Conclusão de Trabalhos Académicos): Média. Tempo de Implementação: Início no próximo semestre letivo, com avaliação contínua e ajustes conforme necessário de maneira a vigorar de forma contínua.

Prioridade da Ação de Melhoria 3 (Promoção do Envolvimento dos Estudantes em Investigação): Alta. Tempo de Implementação: Início no próximo ano letivo, com foco em resultados nos 2 próximos anos letivos.

9.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da ação. (EN)

Priority of Improvement Action 1 (Consolidation of Student Exchange): High. Implementation Timeframe: Immediate start, with a focus on results in the next 2 academic years.

Priority of Improvement Action 2 (Encouraging the Completion of Academic Work): Medium. Implementation Timeframe: Start in the next academic semester, with continuous evaluation and adjustments as necessary in order to be in force on an ongoing basis.

Priority of Improvement Action 3 (Promoting Student Involvement in Research): High. Implementation Timeframe: Start next academic year, with a focus on results in the next 2 academic years.

9.2.3. Indicador(es) de implementação. (PT)

Indicadores de Implementação da Ação de Melhoria 1 (Consolidação do Intercâmbio de Estudantes):

- Aumento percentual no número de estudantes participantes no programa de intercâmbio;
- Feedback positivo dos estudantes sobre a eficácia e eficiência dos processos administrativos.

Indicador de Implementação da Ação de Melhoria 2 (Estímulo à Conclusão de Trabalhos Académicos):

- Aumento do número de dissertações/projetos/estágios concluídos em relação ao ano anterior.

Indicador de Implementação da Ação de Melhoria 3 (Promoção do Envolvimento dos Estudantes em Investigação):

- Aumento no número de estudantes envolvidos em projetos de investigação.

9.2.3. Indicador(es) de implementação. (EN)

Indicators of Implementation of Improvement Action 1 (Consolidation of Student Exchange):

- Percentage increase in the number of students participating in the exchange program;
- Positive feedback from students on the effectiveness and efficiency of administrative processes.

Implementation Indicator for Improvement Action 2 (Encouraging the Completion of Academic Work):

- Percentage increase in the number of dissertations, projects and internships completed compared to the previous year.

Implementation Indicator for Improvement Action 3 (Promoting Student Involvement in Research):

- Increase in the number of students involved in research projects