

# ACEF/1718/0027326 – Decisão de apresentação de pronúncia

## Decisão de Apresentação de Pronúncia ao Relatório da Comissão de Avaliação Externa

1. Tendo recebido o Relatório de Avaliação elaborado pela Comissão de Avaliação Externa relativamente ao ciclo de estudos em funcionamento Turismo

2. conferente do grau de Licenciado

3. a ser leccionado na(s) Unidade(s) Orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.)

Instituto Superior De Administração E Línguas

4. a(s) Instituição(ões) de Ensino Superior / Entidade(s) Instituidora(s)

Instituto Superior De Administração E Línguas

5. decide: Apresentar pronúncia

6. Pronúncia (Português):

Exma. CAE

O ISAL gostaria de agradecer os contributos que serviram de base à elaboração de um novo Plano de Estudos a ser proposto para entrar em vigor logo que seja aprovado pelas entidades competentes. Os atuais alunos poderão optar entre o plano atual e o novo.

O CE irá, a partir de 2019/20, contar com um novo coordenador, com contrato já assinado a partir de 1 de julho 2019. Este docente também será o Coordenador de Investigação Científica em Turismo, Gestão e Hotelaria, fazendo parte dos quadros do ISAL.

O docente nasceu e reside na Madeira, é Doutorado e Mestre em Gestão mas com Tema de Tese em Turismo, tem publicações científicas indexadas na SCOPUS e ISI, e tem como formação de base Licenciatura em Turismo. Acrescentamos que está a editar 2 livros científicos indexados na área de turismo, e é revisor de 13 revistas científicas indexadas.

Exerceu ainda durante anos experiência prática em hotelaria, restauração e turismo e desempenhou funções de Bolseiro de Investigação em Turismo e colaboração em projetos de investigação na área. A IES compromete-se a atualizar e enviar informação acerca do CV do mesmo aquando início das suas funções.

Considerando a alteração do plano de estudos, apresentamos o novo corpo docente, para o ano letivo 2019/20 (apenas indicamos alterações às fichas já submetidas):

-Susana Raquel Granito Cró | nova docente já a lecionar neste semestre | Docente em Tempo Integral no ISAL | Doutora em Turismo pela Universidade de Lisboa (UL) e Instituto de Geografia e Ordenamento do Território (IGOT) com a Colaboração da ESHTe. O tema de tese foi “A Influência da Segurança no preço dos Hostels: aplicação do modelo de preços hedónicos”. Tem investigação publicada na área do Turismo e da Hotelaria.

-Élvio Camacho: realizou pedido de título de especialista em turismo na ESHTe.

-Nuno Freitas | Novo | A realizar Doutoramento em Gestão do Turismo - ISCTE, tese “Pre and post image and the overall tourism experience”. Mestrado em Gestão Financeira. Licenciatura em Organização e Gestão Hoteleira - ISAL.

-Cristina Abreu: a realizar Doutoramento em Gestão do Turismo no ISCTE. É atualmente responsável pelo Grupo de Investigação em Turismo Sustentável” do ISAL, criado em Janeiro, e já em funcionamento.

-Luz Silva: em fase de elaboração do pedido para título de especialista. Previsão de entrega: Setembro.

-Rui Brazão: em fase de elaboração do pedido para título de especialista. Previsão de entrega: Agosto.

Em alternativa aos docentes que não solicitarem o título de especialista no prazo acordado, o ISAL iniciará o processo de contratar novos docentes que satisfaçam os requisitos legais.

Outro fator a considerar é o facto de o ISAL estar a reformular o seu corpo docente com professores com perfis qualificados, nomeadamente doutorados ou a realizar doutoramentos, assim como o regime contratual atual, exigindo a todos os docentes uma componente de investigação. Com vista a estimular a investigação dos docentes, o ISAL tornou-se membro do Atlas.

7. Pronúncia (Português e Inglês, PDF, máx. 150kB): (impresso na página seguinte)

# **Anexos**

ANEXO I | ATTECHMENT I  
INVESTIGAÇÃO | RESEARCH

Neste anexo iremos apresentar algumas das publicações dos docentes afetos à reestruturação do CE, não incluindo a investigação do novo coordenador/diretor de curso por só iniciar funções a 1 de Julho.

Hereby we'll present some of the publications of the teachers of this SC restructuration. It doesn't include the research of the new course coordinator/director because he'll only initiate at the 1<sup>st</sup> of July.

ÉLVIO JOSÉ SOUSA CAMACHO

Camacho, Élvio; Sarmiento Maria 2014 – Profitable Index on Tourism Promotion on Madeira, The Malopolska School of Economics in Tarnów Research Papers Collection ISSN 1506-2635

2013 - Modelo de avaliação de Pré-Investimento em promoção turística – O Caso da Região Autónoma da Madeira XXIII Jornadas Hispanas Lusas Malaga 2013 Camacho, Élvio; Sarmiento Maria 2013 – Profitable Index on Tourism Promotion on Madeira – A Financial Model ISBN978-9963-711-16 Camacho, Élvio; Sarmiento Maria 2017 – Tourism Revenues Regression for Tourism Promotion Investment Decision Madeira Case Study - Presentation in London ISBN 978-9963-711-16

RUI BRUNO CARVALHO BRAZÃO

Monografia sobre o tema: Uniform System of Accounts for the Lodging Industry Seminários sobre Uniform System of Accounts for Lodging Industry

Conferências / Conferences

Financial Controller Conference 2016 | Thurs 26th & Fri 27th May - Europe/Africa - UK Brighton

LUZ ASSUNÇÃO DA SILVA CORREIA SILVA

Silva, Luz (2019) O despertar do Turismo Criativo A Pátria, acedido a 12.04.2019 em: <https://apatria.org/turismo/o-despertar-do-turismo-criativo/>

CRISTINA MARIA COSTA ABREU

Abreu, António., Abreu, Cristina, Salgado, Pedro et al (2012). Expedição A Costa da Laurisilva – Desenho. Ilustração. Fotografia. Grupo do Risco.

Conferências Nacionais/Internacionais

Apresentação Comunicação Oral: “Madeira Wine contributions for madeira Island sustainable tourism” apresentado na III Conferência Internacional Turismo & História – 28 e 29 de março, 2019;

Apresentação Comunicação Oral: “Is the development around the Hotel Praktik, located in the Barcelona district of Raval, as an example of sustainability within the framework of the tourist projects of this city?” apresentado no ATLAS ANNUAL CONFERENCE 2017, em Viana do Castelo, Portugal de 12-16 de Setembro de 2017;

“World Charter for Sustainable Tourism + 20”, País Basco – 2015;

La “Cumbre de Lanzarote – La Sostennibilidad Como factor clave de competitividad para el desarrollo de La Industria Turística – Novembro 2017;

Cimeira Internacional na aldeia histórica de Idanha-a-Velha – 16/11/2018.

SUSANA CRÓ

Cró, Susana e António Martins, 2018. “International Association Meetings: Importance of Destination Attributes”. *Journal of Vocation Marketing*, 24(3): 218-233.

Cró, Susana e António Martins, 2018. “Hotel and Hostel Location in Lisbon: Looking for their Determinants”. *Tourism Geographies*, 20(3): 504-523.

Cró, Susana; António Martins; José Simões e Maria Calisto, 2018. “Effect of Security on Hostels’ Price Premiums: A Hedonic Pricing Approach”. *Cornell Hospitality Quarterly*, (forthcoming).

Cró, Susana e António Martins, 2018. “The Demand for Football in Portugal: New Insights on outcome Uncertainty”. *Journal of Sports Economics*, 19(4): 473-497.

Cró, Susana e António Martins, 2017. “Structural Breaks in International Tourism Demand: are They Caused by Crises or Disasters?” *Tourism Management*, 63:3-9.

Cró, Susana e António Martins, 2017. “The Importance Of Security for Hostel Price Premiums: European Empirical Evidence”. *Tourism Management*, 60: 159-165.

ANEXO II | ATTECHMENT II  
NOVO PLANO DE ESTUDOS  
NEW STUDY PLAN

A reestruturação do plano de estudos teve por base as recomendações presentes no Relatório Preliminar. Em relação às UC's Línguas Estrangeiras I, II, III e IV terá 2 opções, sendo que uma será o Alemão. Relativamente à segunda opção iremos auscultar as empresas de estágio e outras instituições para que se adapte à nossa realidade, quer regional, quer nacional.

Acrescentamos que já foi celebrado um protocolo de colaboração com o Savoy – Investimentos Turísticos, SA, onde “A Unidade Hoteleira se compromete a proporcionar a formação prática de natureza laboratorial e aplicada em contexto de trabalho em interação com o seu Staff na Unidade Hoteleira, aos alunos do ISAL, nas unidades curriculares de Operações Hoteleira I, Operações Hoteleiras II, Gestão da Produção Hoteleira I, Gestão da Produção Hoteleira II e Organização e Gestão de Eventos.”.

Foram consideradas todas as alterações programáticas das unidades curriculares, nomeadamente, reestruturação das línguas, inclusão da legislação em diversas UC's, e a utilização de novos softwares como o SPSS e o Galileo. No entanto, e por não ser possível anexar um ficheiro com maior capacidade, apenas apresentamos os objetivos e conteúdos das novas UC's.

The restructuring of the Study Plan was based on the recommendations of the Preliminary Report. As to UC foreign languages I, II, III and IV there will be two options, being one the German language. As far as the second option is concerned we will ask for advice to internship companies and other institutions to bear in mind our reality, either local or national. We would like to point out that there has been already celebrated a cooperation protocol with Savoy – Touristic Investments, S.A., whereby this Hotel commits to grant practical work applied to the context of employment interacting with the Hotel Staff to ISAL students, in the curricular units of Hotel Operations I, Hotel Operations II, Management of the Hotel Production I, Management of the Hotel Production II as well as Organization and Management of Events... All curricular units program alterations were considered, namely legislations in several UCs and the use of new software's, such as SPSS and Galileo. Nevertheless, since it is impossible to attach a file with further capacity, we just introduce the FUC of the new UCs.

A nova distribuição de ECTS por áreas científicas é:

The new distribution of ECTS by scientific areas is:

Área Científica Scientific Area	Total de ECTS ECTS Total	%
Turismo e Lazer Tourism and Leisure	96	53%
Línguas e Literaturas Estrangeiras Foreign Languages and Literature	36	20%
Gestão e Administração Management and Administration	23	13%
Hotelaria e Restauração Hotels and restaurant	10	6%
Ciências Sociais e do Comportamento Social and Beh. Sciences	9	5%
História e Arqueologia History and Archeology	6	3%

1ºSEMESTRE / 1 ST SEMESTER

Unidades Curriculares	Docente	Área Científica	Horas de Trabalho	Horas de Contato	ECTS	Observações
Curricular unit	Teacher	Scientific Area	Working Hours	Contact Hours	ECTS	Observations
Princípios Turismo Tourism Principles	Susana Cró	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	Nova designação New designation
Investigação em Turismo Tourism Research	Cristina Abreu	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	30T+30PL	6	Conteúdos alterados Contents altered
Técnicas de Com. e Rel. Interpessoais Communic. Tech. and Interp. Relations	Rui Anacleto Alves	Ciências Soc. e Comp. Social and Beh. Sciences	75	30TP	3	
Inglês I English I	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	125	50TP	5	Conteúdos alterados Contents altered
Língua Estrangeira I Foreign Language I	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	125	50TP	5	Conteúdos alterados Contents altered
Gestão de Empresas Business Management	Coordenador de Curso Course Coordinator	Gestão e Administração Management and adm.	125	50TP	5	Nova – ver anexo III New – see attachment III

2ºSEMESTRE / 2 ND SEMESTER

Economia do Turismo Tourism Economics	Rui Brazão	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	125	50TP	5	
Operações Hoteleiras I Hotel Operations I	Nuno Freitas	Hotelaria e Restauração Hotels and restaurant	150	30T+30PL	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Marketing Turístico Tourism Marketing	Luz Silva	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	
Inglês II English II	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	125	50TP	5	Conteúdos alterados Contents altered
Língua Estrangeira II Foreign Language II	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	125	50TP	5	Conteúdos alterados Contents altered
Organização e Gestão de Eventos Organization and Management of Events	Susana Cró	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	75	30TP	3	Nova – ver anexo III New – see attachment III

## 3ºSEMESTRE / 3 RD SEMESTER

Unidades Curriculares	Docente	Área Científica	Horas de Trabalho	Horas de Contato	ECTS	Observações
Curricular unit	Teacher	Scientific Area	Working Hours	Contact Hours	ECTS	Observations
História da Arte em Portugal Art History in Portugal	Diogo Góis	História e Arqueologia History and Archeology	150	30T+30PL	6	
Operações Hoteleiras II Hotel Operations II	Nuno Freitas	Hotelaria e Restauração Hotels and restaurant	100	20T+20PL	4	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Agência de Viagens e Op. Turísticos Travel Agency and Tour Operators	Élvio Camacho	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Inglês III English III	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	100	40TP	4	Conteúdos alterados Contents altered
Língua Estrangeira III Foreign Language III	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	100	40TP	4	Conteúdos alterados Contents altered
Tecnologias de Informação Information Technologies	Élvio Camacho	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	Conteúdos alterados Contents altered

## 4ºSEMESTRE / 4 TH SEMESTER

Planeamento Turístico Tourism Planning	Cristina Abreu	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Estratégia Empresarial Business Strategy	Coordenador de Curso Course Coordinator	Gestão e Administração Management and adm.	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Animação Turística Tourism Animation	Luz Silva	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	45T+15PL	6	
Inglês IV English IV	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	100	40TP	4	Conteúdos alterados Contents altered
Línguas Estrangeiras IV Foreign Language IV	Leonilde Olim	Línguas e Lit. Est. Foreign language and lit.	100	40TP	4	Conteúdos alterados Contents altered
Itinerários Turísticos Tourist itineraries	Luz Silva	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	100	40TP	4	

## 5ºSEMESTRE / 5 TH SEMESTER

Unidades Curriculares	Docente	Área Científica	Horas de Trabalho	Horas de Contato	ECTS	Observações
Curricular unit	Teacher	Scientific Area	Working Hours	Contact Hours	ECTS	Observations
Gestão Financeira Financial Management	Rui Brazão	Gestão e Administração Management and adm.	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Produtos e Mercados Turísticos Products and Tourist Markets	Susana Cró	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Comportamento Organizacional Organizational behavior	Rui Anacleto Alves	Ciências Soc. e Comp Social and Beh. Sciences	150	30T+30PL	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Património Cultural e Turismo Cultural Heritage and Tourism	Diogo Góis	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	30T+15PL	6	Conteúdos alterados Contents altered
Património Natural e Cultural da Madeira Natural and Cultural Patrimony of Madeira	Luz Silva	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III

## 6ºSEMESTRE / 6 TH SEMESTER

Gestão de Destinos Turísticos Tourism Destination Management	Susana Cró	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see CU
Competitividade e Inovação Competitiveness and Innovation	Coordenador de Curso Course Coordinator	Gestão e Administração Management and adm.	150	60TP	6	Nova – ver anexo III New – see attachment III
Estágio / Projeto Internship / Project	Vários Several	Turismo e Lazer Tourism and Leisure	480	440E	18	

## ANEXO III | ATTECHMENT III

### NOVAS UNIDADES CURRICULARES NEW CURRICULAR UNITS

Neste anexo apresentaremos os objetivos e conteúdos das novas UC, pois não conseguimos inserir os restantes elementos das Fichas das Unidades Curriculares. Para tal, será necessário um pedido de informação para que coloquemos a informação remanescente.

In this attachment we will present the objectives and contents of the new CU, since we cannot insert the remaining elements of the Curriculum Units. To do so, we will need a request for information for us to put the remaining information.

### UC | GESTÃO DE EMPRESAS CU | BUSINESS MANAGEMENT

#### OBJETIVOS

- 1 - Compreender os conceitos básicos de gestão empresarial
- 2 - Adquirir uma visão global dos modelos de gestão das organizações empresariais
- 3 - Compreender as metodologias de análise do enquadramento interno e externo das organizações e a sua integração no processo de planeamento
- 4 - Compreender a importância da ética na gestão e o papel da responsabilidade social das empresas na sociedade
- 5 - Compreender a importância do empreendedorismo corporativo, dos empreendedores e da inovação no contexto social e económico.

#### OBJECTIVES

- 1-Understand the basic concepts of the business management
- 2-Acquire a global vision of examples from business management organizations
- 3 - Understand the methodologies of analyzing the internal and external framework of organizations and their integration into the planning process
- 4 - Understanding the importance of ethics in management and the role of corporate social responsibility in society
- 5 - Understand the importance of corporate entrepreneurship, entrepreneurship and innovation in the social and economic context.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

##### Capítulo I Conceitos gerais

1. Conceitos no contexto da organização
2. A gestão, os gestores e a hierarquia de gestão
3. Visão histórica e contemporânea da gestão

##### Capítulo II - O Processo de Planeamento Estratégico

1. A visão, a missão, os valores e os objetivos da organização
2. Análise estratégica: o ambiente interno e externo das organizações
  - 2.1. Análise da indústria
  - 2.2. Criação de valor e vantagens competitivas
3. A formulação, implementação de estratégias e tomadas de decisão.

##### Capítulo III - Como organizar a empresa

1. Tipos de estrutura organizacional

##### Capítulo IV - Ética e responsabilidade social das organizações

##### Capítulo V - O Empreendedorismo e inovação

#### PROGRAM CONTENTS

##### Chapter I – General Concepts

1. In the organization context
2. Management, managers and the management hierarchy
3. Historic and contemporary vision of Management

##### Chapter II – The Process of Strategic Planning

1. Vision, mission, organizational values and goals

## 2. Strategic analysis: internal and external environment of the organizations

### 2.1. Industrial analysis

### 2.2. Creation of competitive values and advantages

## 3. The formulation, implementation of strategies and decision making.

### Chapter III – How to organize the company

#### 1. Types of organizational structures

### Chapter IV - Organizations etic and social responsibility

### Chapter V – The Entrepreneurship and innovation

## UC | OPERAÇÕES HOTELEIRAS I

## CU | HOTEL OPERATIONS I

### OBJETIVOS

1. Prover o estudante de ferramentas fundamentais da mais variada índole para que lhe atribua técnicas, ferramentas e conhecimentos, passível de utilização e receção turística;

2. Dotar os discentes dos instrumentos e recursos essenciais ao apuramento de diferentes competências específicas das operações hoteleiras.

3. Identificar e reconhecer técnicas de apoio ao desenvolvimento turístico e operações hoteleiras.

4. Aplicar os conceitos adquiridos no âmbito das operações hoteleiras e empreendimentos turísticos, desde o alojamento, serviços, comidas e bebidas.

### OBJECTIVES

1. Provide students with several fundamental tools that offer technic, tools and knowledge's, in order to be used in tourism;

2. Give students the necessary instruments and essential resources to achieve different specific competences in the hotel operations.

3. Identify and recognize support technics for the touristic development and hotel operations.

4. Apply the concepts obtained for the hotel operations and tourism, going through hospitality/accommodation, services, food and beverages.

### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

#### 1. Princípios e Abordagens às Técnicas desde a Receção ao Alojamento Efetivo

##### 1.1. Princípios e Características do Negócio Hoteleiro.

##### 1.2. Abordagens a: Departamento de Alojamento desde a Pré-reserva, Reservas, Check-in, Estadia, Check-out.

##### 1.3. Abordagens a: Follow-up, Caixa, Auditor da noite, Portaria, Andares.

##### 1.4. Abordagens a: Comunicação, Package de Front Office - Software de Gestão Hoteleira.

##### 1.5. Abordagens a: Configurações de Base, Reservas, tarefas desempenhadas para efetivação dos compromissos comerciais, Check-In, procedimentos a tomar.

##### 1.6. Abordagens a: Gestão de Alojamentos, Gestão de Faturação e Conta-correntes, Procedimentos Diários, Check-Out, procedimentos a tomar.

##### 1.7. Abordagens a: Análise de Informação de apoio à Gestão, Adaptação do sistema a novos canais de distribuição.

#### 2. Enquadramento da Gestão de Técnicas de Receção e Alojamento.

##### 2.1. Back Office, Departamento de reservas, Lavandaria e Rouparia, Serviço de Andares, Limpeza Geral.

##### 2.2. Conceitos de Gestão de Reclamações, Reclamações, Relatórios, Acolhimento.

#### 3. Abordagens às Técnicas e Práticas de Produção e Serviços

##### 3.1. Gastronomia e Enologia, Breves noções de Vitivinicultura, Breves noções de Enologia, Gastronomia e Turismo

##### 3.2. Serviço de Restaurante e Bar, Bebidas: definição e classificação, Técnicas de mistura, Tipologia das bebidas compostas, Novas tendências de Bar, O conceito de Barista, Vocabulário técnico.

##### 3.3. Serviço de Restaurante, Diferenciação dos tipos de restaurante, Vocabulário técnico, Cozinha e Pastelaria, Peixes e Mariscos, Carnes do Açougue, Tapas e petiscos, "Finger food".

##### 3.4. Técnicas de empratamento

##### 3.5. Pastelaria e Panificação

##### 3.6. Vocabulário técnico

#### 4. Gestão de Alimentos e Bebidas

##### 4.1. Introdução às temáticas da gestão da restauração

- 4.1. Caracterização e organização geral de um restaurante, áreas de produção, tipo de serviços e de ementa, pessoal necessário, ciclo das operações.
- 4.2. Relação da restauração com o Turismo -Turismo gastronómico
- 4.3. A restauração no setor turístico regional
- 4.4. Gestão de reclamações na restauração
- 4.5. O Departamento de Alimentação e Bebidas
- 4.6. Pré-requisitos de HACCP na Hotelaria e Restauração
- 4.7. Marketing em F&B na restauração e hotelaria regional
- 4.8. Novas tendências da hotelaria e restauração regional
- 4.9. Planeamento, organização e gestão de um evento de F&B
- 4.10. Análise de composições de vendas (Menu Mix)
- 4.11. O Menu engineering e sua análise (Smith e Kasavana; Jack Miller, Pavesic)
- 4.12. Reconhecer a importância das técnicas de previsão de custos e de receitas na restauração (índice de turnover ou rotatividade)
- 4.13. Conceção do produto em F&B, elaboração do menu, o planeamento da ementa e elaboração de um plano de vendas.
- 4.14 Pricing do menu, gestão do F&B cost
- 4.15 Software de Gestão de F&B

#### PROGRAM CONTENTS

1. Principles and Approach to all technics from Reception to Accommodation
  - 1.1. Principles and Characteristics of Hotel Business
  - 1.2. Approach to: Hospitality Reception Department from pre-reservation, reservation, check-in, stay, and check-out.
  - 1.3. Approach to: Follow-up, Cashier, Night Auditor, Porter, Floors.
  - 1.4. Approach to: Communication, Front-Office Package – Business Management Software.
  - 1.5. Approach to: Base Settings, Reservations, Contracting, Check-In, procedures.
  - 1.6. Approach to: Accommodation Management, Accounting Management and Current accounts, Daily Procedures, Check-Out, procedures.
  - 1.7. Approach to: Information analysis to support Management, Adapting the system to new distribution channels.
2. Reception and Accommodation Management Technics.
  - 2.1. Back Office, Reservations department, Laundry and Linen, Floor Service, General Cleaning.
  - 2.2. Concepts of Claims Management, Complaints, Reports, Hospitality.
3. Approach to technics and practicing of Production and Services
  - 3.1. Gastronomy and Enology, brief notions of viticulture, brief notions of enology, Gastronomy and Tourism
  - 3.2. Restaurant and Bar Service, Beverages: definition and classification, mixture technics, typology of compound drinks, New Bar trends, Concept of Barman, technical vocabulary.
  - 3.3. Restaurant Service, Differentiation of types of restaurants, technical vocabulary, Kitchen and Pastry, Fishes and Shellfish, Meats, Tapas and snacks; Finger Food.
  - 3.4. Technic to place food in the dish
  - 3.5. Pastry and Bakery
  - 3.6. Technical vocabulary
4. Food and Beverage Management
  - 4.1. Introduction to Restaurant Management
  - 4.2. General organization of a restaurant, production areas, type of services and menus, staff required, cycle of operations.
  - 4.3. Relation between restaurants and tourism – gastronomic tourism
  - 4.4. Restaurants in local tourism
  - 4.5. Dealing with complaints in Restaurants
  - 4.6. Food and Beverage Department
  - 4.7. HACCP pre-requirements in Hotels and Restaurants
  - 4.8. F & B Marketing in Hotels and Restaurants
  - 4.9. New tendencies on local Hotels and Restaurants
  - 4.10. Planning, organizing and managing a F & B event
  - 4.11. Menu Mix
  - 4.12. Menu engineering and its analysis (Smith e Kasavana; Jack Miller, Pavesic)

- 4.13. Recognize the importance of technics of provision of costs and revenues in restaurants (turnover index)
- 4.14. Concept of F & B product, elaboration and plan of menu, creation of a sales plan.
- 4.15. Menu pricing, managing F & B costs
- 4.16. F & B Management Software

#### UC | ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS

#### CU | ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF EVENTS

##### OBJETIVOS

Identificar as fases de organização de eventos.

Identificar os recursos, meios e equipamentos necessários à organização dos eventos.

Organizar eventos.

Identificar e aplicar técnicas de promoção e divulgação dos eventos.

##### OBJECTIVES

Identify all procedures for the organization of events.

Identify the resources, means and necessary equipment for the organization of events,

Organize events.

Identify and apply technics for promotion and disclosure of events.

##### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Conceitos, objetivos e tipos de eventos
2. Fases de organização de eventos
  - 2.1. Planeamento
  - 2.2. Organização
  - 2.3. Execução
  - 2.4. Acompanhamento / avaliação
3. Promoção e divulgação de eventos
4. Liderança e trabalho em equipa

##### PROGRAM CONTENTS

1. Concepts, objectives and type of events
2. Procedures for organizing events
  - 2.1. Planning
  - 2.2. Organization
  - 2.3. Accomplishment
  - 2.4. Accompaniment/evaluation
3. Promotion and disclosure of events
4. Leadership and team work

#### UC | OPERAÇÕES HOTELEIRAS II

#### CU | HOTEL OPERATIONS II

##### OBJETIVOS

1. Prover ao estudante as ferramentas fundamentais da mais variada índole para que atribua aos futuros operadores hoteleiros um maior entendimento passível de utilização e gestão turística e hoteleira, nomeadamente na gestão de alojamentos.

2. Dotar os discentes dos instrumentos e recursos essenciais ao apuramento de diferentes competências específicas no âmbito das operações e gestão hoteleira.

3. Obter uma consciência crítica e construtiva sobre o papel das organizações na gestão das mais variadas tarefas de gestão hoteleiras e suas diversas operações e contextos, nomeadamente no seu comportamento organizacional;

4. Identificar e reconhecer exemplos de práticas e operações hoteleiras;

5. Aplicar os conceitos adquiridos no âmbito quer das operações hoteleiras quer turísticas, no que concerne à organização estratégica dos seus recursos humanos.

##### OBJECTIVES

1. Provide students a variety of tools which will enable future hotel operators to a better understanding of the tourist management and hospitality, namely in accommodations placement.

2. To equip the students with the essential tools and resources to achieve different specific skills for operations and hotel management.
3. To have a critical and constructive consciousness about the role of organizations in the management of the variety of hotel management tasks namely concerning the organizational behavior.
4. To identify and recognize examples of practices and hotel operations
5. To apply the acquired knowledge as for the hotel and touristic operations, concerning to strategic organization the human resources.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Enquadramento à Gestão de Alojamentos.
  - 1.1. Organização Geral Hoteleira e sua Gestão.
  - 1.2. Princípios de gestão estratégica e excelência operacional.
  - 1.3. Distribuição na hotelaria e a Gestão do ciclo do cliente.
  - 1.4. O Preço na Hotelaria Moderna.
  - 1.5. Comunicação interna e Segurança dos hóspedes.
  - 1.6. Planeamento e Gestão das Operações.
  - 1.7. Inovação de produtos, serviços e processos.
  - 1.8. Estratégias de internacionalização hoteleira.
2. Comportamento Organizacional Hoteleiro.
  - 2.1. Introdução ao Comportamento Organizacional na Hotelaria.
  - 2.2. A importância do serviço e da criação de uma cultura de excelência.
  - 2.3. A diversidade e a comunicação nas organizações hoteleiras.
  - 2.4. O grupo e a sua dinâmica nas organizações hoteleiras.
  - 2.5. A importância da motivação e liderança de equipas.
  - 2.6. A satisfação no trabalho e o compromisso.
  - 2.7. O stress nas organizações hoteleiras.
3. Os RH para a Hotelaria.
  - 3.1. O papel dos recursos humanos nas unidades hoteleiras.
  - 3.2. A evolução histórica e a gestão de pessoal desde a gestão estratégica das pessoas na hotelaria.
  - 3.3. Dinâmica desde o Processo de recrutamento, seleção, socialização à gestão das saídas e consequências para a organização.
  - 3.4. Desenvolvimento de competências, importância da formação, gestão de carreiras ao longo da vida.

#### PROGRAM CONTENTS

1. Accommodation Management
  - 1.1. General Hotel Organization and its Management
  - 1.2. Strategic management Organization and operational excellence.
  - 1.3. Hotels distribution and Management of the clients cycle.
  - 1.4. Price in Modern Hotels.
  - 1.5. Internal communication and guests Security.
  - 1.6. Operations Planning and Managing.
  - 1.7. Innovation of products, services and procedures.
  - 1.8. Strategies for Hotels internationalization.
2. Hotels Organizational Conduct.
  - 2.1. Introduction to the Hotels Organizational Conduct.
  - 2.2. The importance of service and the creation of a culture of excellence.
  - 2.3. Diversity and communication in Hotel organizations.
  - 2.4. The group and its dynamic in hotel organizations.
  - 2.5. The importance of motivation and leadership of teams.
  - 2.6. The satisfaction at work and the commitment.
  - 2.7. Stress in the hotel organizations.
3. Human Resources in Hotels.
  - 3.1. The role of human resources in hotels.
  - 3.2. Historical evolution and strategic staff management in hotels.
  - 3.3. Dynamics from hiring, selection, socialization to managing of exits and consequences to the organization.

### 3.4. Development of qualifications, training importance, and management of lifelong careers.

UC | AGÊNCIA DE VIAGENS E OPERADORES TURÍSTICOS

CU | TRAVEL AGENCY AND TOUR OPERATORS

#### OBJETIVOS

Sensibilizar os alunos para a crescente instabilidade do mundo contemporâneo, face à necessidade de reconsiderar o papel do agente de viagens, como intermediário entre os clientes, os produtores, os operadores e os diferentes recursos turísticos, por forma a permitir-lhe uma competitividade ativa na “aldeia global”, incluindo a flexibilidade na adoção de pacotes dinâmicos de viagens, tendo por base as reais necessidades do mercado.

Dotar os alunos de instrumentos, a nível dos sistemas e processos de trabalho que privilegiem a flexibilidade, o rigor e a qualidade imprescindíveis ao agente de viagens, incidindo no reforço da qualidade no atendimento ao público, determinante na decisão de compra do turista.

Dotar os alunos da capacidade de cálculo de tarifas, preços de venda e determinação de margens comerciais de negócio, adequando as mesmas a sustentabilidade das empresas e aos valores referencia de mercado.

#### OBJECTIVES

Make students aware for the growing instability of the contemporary world, needing to reconsider the role of the travel agent as an intermediary between clients, producers, tour operators and the different touristic resources, in order to allow an active competitiveness in the “global village”, including the flexibility of adopting dynamic travel packages, based on the real market needs.

Give tools to students for working systems and procedures that consider the flexibility, accuracy and quality essential to the travel agent, focused on the quality of customer service, which is determinant to tourist decision.

Provide students with the capacity of price calculation, sales prices and achieve the commercial margins of business, adapting those to the business sustainability and to the values of reference in the market.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Do Objeto da Disciplina
2. A evolução histórica das agências viagens
3. Modelos e Funções das Agências de Viagens
4. Funcionamento e Organização de uma Agência de Viagens
5. Terminologia Turística
6. A Regulamentação de Viagens
7. A Programação de Viagens
  - 7.1. Individuais e de Grupo
  - 7.2. Promoção e Vendas
  - 7.3. Tarifas
8. Execução Técnica
  - 8.1. Organização Documental e Virtual da Viagem
  - 8.2. Noções de “Ticketing” e dos Procedimentos com as Companhias Aéreas
  - 8.3. Da Operacionalidade no “Incoming”. Do Aconselhamento Inicial ao Cliente sobre os Programas dos T.O., aos “land-arrangements”, Assistência durante a Estada do Cliente e Medidas a tomar em caso de Reclamação
  - 8.4. Operacionalidade dos sistemas nas Agências de Viagens:
    - 8.4.1. GDS
      - 8.4.1.1. Galileo
      - 8.4.1.2. TravelPort
      - 8.4.1.3. Amadeus
    - 8.4.2. Chanel Manager e Hotel Booking System
    - 8.4.3. Software de Agências Viagens- OTA (Online Travel Agency)
9. Noções gerais sobre Acontecimentos e Viagens Especiais
10. Contratação de Profissionais de Informação Turística

#### PROGRAM CONTENTS

1. Class purpose
2. The historic evolution of travel agencies
3. Examples and functions of Travel Agencies
4. Operation and organization of a Travel Agency

5. Touristic Terminology
6. Rules to Travel
7. Travel Program
  - 7.1. Singles and Groups
  - 7.2. Promotion and Sales
  - 7.3. Prices
8. Technical execution
  - 8.1. Travel documental and virtual organization
  - 8.2. Ticketing knowledge's as well as procedures with Airlines
  - 8.3. Incoming operation. Initial advice to the client as to Tour Operators programs, land-arrangements, assistance during their stay and measures to take should a complaint is made
  - 8.4. Operation of program systems in Travel Agencies:
    - 8.4.1. GDS
      - 8.4.1.1. Galileo
      - 8.4.1.2. Travel Port
      - 8.4.1.3. Amadeus
    - 8.4.2. Chanel Manager and Hotel Booking System
    - 8.4.3. Software Travel Agencies - OTA (Online Travel Agency)
9. General knowledge about Events and Special Tours
10. Hiring professionals of Touristic Information

#### CU| PLANEAMENTO TURÍSTICO

#### UC | TOURISM PLANNING

#### OBJETIVOS

1. Prover o estudante de ferramentas fundamentais da mais variada índole para que compreenda os conceitos ligados ao planeamento turístico.
2. Dotar os discentes dos instrumentos e recursos essenciais ao apuramento de diferentes competências específicas no âmbito do planeamento turístico.
3. Obter uma consciência crítica e construtiva sobre o papel do planeamento turístico e desenvolvimento sustentável.
4. Identificar e compreender a importâncias das redes, projetos, avaliação e monitorização no contexto do planeamento turístico.
5. Aplicar os conceitos de boas práticas nacionais, regionais e internacionais, de planeamento turístico.

#### OBJECTIVES

1. Provide students with several fundamental tools in order to be able to understand the concepts used in tourism;
2. Give students necessary instruments and essential resources to achieve different specific competences in touristic planning.
3. Reach a critical and constructive consciousness about the role of touristic planning and sustainable development;
4. Identify and understand the relevance of the web, projects, evaluation and monitoring in the context of tourist planning.
5. Apply the concepts of good national, local and international practices in the touristic planning.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Conceitos e aspetos do planeamento turístico.
  - 1.1. Conceitos básicos de planeamento turístico: a definição, e abrangência.
  - 1.2. Objetivos do planeamento e ciclo de vida dos destinos turísticos.
  - 1.3. Tipos de planeamento: A evolução desde o planeamento ao planeamento turístico.
  - 1.4. Etapas e modelos de planeamento turístico.
  - 1.5. Planeamento turístico e Desenvolvimento Turístico Sustentável.
2. Planeamento do espaço turístico.
  - 2.1. Tipos de espaço.
  - 2.2. Planeamento do espaço natural e turístico regional.
  - 2.3. Projetos de cooperação em redes de turismo.
3. Programas de desenvolvimento turístico.
  - 3.1. Identificação e escolha do local para a implementação de programas/projetos de desenvolvimento turístico.

- 3.2. Turismo, capital social e humano e impactos do turismo.
- 3.3. Programas e projetos.
- 3.4. Modelos de avaliação e monitorização: do plano de avaliação à sua operacionalização.
- 3.5. Programas e práticas nacionais e internacionais de planeamento turístico.
4. O papel dos agentes do planeamento turístico
  - 4.1. Políticas de turismo e o papel do estado e entidades regionais.
  - 4.2. O papel da iniciativa privada.
  - 4.3. O papel do Terceiro Setor e da comunidade.
5. Planeamento e Desenvolvimento sustentável, da gestão do território e dos destinos turísticos.
6. O plano de desenvolvimento e planeamento turístico, desde o diagnóstico à proposta.

#### PROGRAM CONTENTS

1. Concepts and aspects of the touristic planning
  - 1.1. Basic concepts of touristic planning: definition and comprehensiveness
  - 1.2. Planning goals and touristic destinations cycle of life
  - 1.3. Types of planning: Evolution from planning to touristic planning
  - 1.4. Stages and examples of touristic planning
  - 1.5. Touristic Planning and Sustainable Touristic Development
2. Planning the touristic space
  - 2.1. Types of space
  - 2.2. Planning of the natural and regional touristic space
  - 2.3. Cooperation projects with Tourism networks
3. Touristic Development Programs
  - 3.1. Identification and choice of the place to implement touristic development programs/projects
  - 3.2. Tourism, social and human capital and tourism impact
  - 3.3. Programs and projects
  - 3.4. Evaluation and monitoring examples: from the evaluation plan to its operation
  - 3.5. National and international programs and practices of touristic planning
4. The touristic planning agents' role
  - 4.1. Tourism policies and the state and regional entities role
  - 4.2. Private initiative role
  - 4.3. Third Sector and Community role
5. Sustainable Planning and Development of the territorial administration and touristic destinations
6. Development and touristic planning, from diagnosis to proposal.

UC | ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

CU | BUSINESS STRATEGY

#### OBJETIVOS

- Proporcionar ao aluno conhecimentos sobre a análise, formulação e implementação de estratégias nas empresas e nas organizações turísticas.
- Proporcionar ao aluno contactos trimestrais, através de Seminários e Workshops com empresários regionais dos diferentes ramos de atividade empresarial e organizações turísticas.
- No final desta disciplina, pretende-se promover no aluno a capacidade criativa e inovadora na resolução de casos da vida empresarial, como fonte método de aprendizagem aplicada da gestão.

#### OBJECTIVES

- Provide the students with analysis knowledge's, formulation and implementation of strategies in the touristic companies and organizations.
- Provide trimester contacts to the student through Seminars and Workshops with local businessmen of different business activities and touristic organizations.
- At the end of this class it is intended to promote the creative and innovative capacity of the student in solving business matters as a learning method applicable to management.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Análise Estratégica
  - 1.1. Introdução à Estratégia Empresarial

- 1.2. Diagnóstico Estratégico
- 1.3. Análise do Meio Envoltivo
- 1.4. Análise da Empresa
2. Formulação da estratégia
  - 2.1. Formulação e Evolução da Estratégia
    - 2.1.1. Estratégias Genéricas de Porter
    - 2.1.2. Estratégia de Integração Vertical
    - 2.1.3. Estratégia de Internacionalização
    - 2.1.4. Estratégia de Diversificação
    - 2.1.5. Desenvolvimento Empresarial
    - 2.1.6. A Internet e E-Commerce
3. Organização e Implementação Estratégia
  - 3.1. A Política de Gestão
  - 3.2. A Estratégia em Portugal
  - 3.3. A Estratégia Turística
4. Avaliação das Estratégias – Análise de Casos
  - 4.1. As Empresas da Excelência
  - 4.2. Os Paradoxos da Gestão no Século XXI
  - 4.3. Análise de Casos de Gestão Estratégica

#### PROGRAM CONTENTS

1. Strategic Analysis
  - 1.1. Business Strategy Introduction
  - 1.2. Strategic diagnosis
  - 1.3. Surroundings Analysis
  - 1.4. Company Analysis
2. Strategy Formulation
  - 2.1. Strategy Formulation and Evolution
    - 2.1.1. Porter Generic Strategies
    - 2.1.2. Vertical Integration Strategy
    - 2.1.3. Internationalization Strategy
    - 2.1.4. Diversification Strategy
    - 2.1.5. Business Development
    - 2.1.6. Internet and E-Commerce
3. Strategic Organization and Implementation
  - 3.1. Management Policy
  - 3.2. Strategies in Portugal
  - 3.3. Touristic Strategies
4. Evaluation of Strategies – Analysis
  - 4.1. Excellence Companies
  - 4.2. The Paradoxes of Management in the 21st Century
  - 4.3. Strategic Management Case Analysis

#### UC | GESTÃO FINANCEIRA

#### CU | FINANCIAL MANAGEMENT

#### OBJETIVOS

- Compreender os conceitos básicos da Gestão Financeira, fornecendo-lhe não só as ferramentas essenciais para uma melhor tomada de decisões, bem como permitir uma melhor análise da empresa nos seus diferentes contextos.
- Analisar uma empresa em termos de risco e rentabilidade segundo vários métodos e técnicas.
- Caracterizar a empresa em função de diversos indicadores.

#### OBJECTIVES

- Understand the basic contexts of Financial Management, giving not only the essential tools to a better decision making, as well as allowing a better company analysis in its different contexts.
- Analyze a company in terms of risk and rentability, according to several methods and technics.
- Characterize the company considering several indicators.

## CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Introdução
  - 1.1. Génese e evolução histórica da gestão financeira
  - 1.2. Questões fundamentais da gestão financeira
  - 1.3. Objetivos da gestão financeira
  - 1.4. A prossecução dos objetivos e o planeamento financeiro
2. Análise Financeira
  - 2.1. Instrumentos Básicos de Análise
    - 2.1.1. Balanço
    - 2.1.2. Demonstração de Resultados
    - 2.1.3. Outros
  - 2.2. Limitações da informação contabilística tradicional
  - 2.3. Dos documentos contabilísticos aos documentos financeiros
    - 2.3.1. Os ciclos financeiros da empresa
    - 2.3.2. Conceitos e métodos de cálculo do fundo maneio
  - 2.4. Critérios e métodos de análise financeira
    - 2.4.1. O método dos rácios
  - 2.5. A Rendibilidade da Empresa
3. Risco Financeiro e Custo de Oportunidade de Capital
  - 3.1. Conceito de Risco
  - 3.2. Relação entre risco e rentabilidade
  - 3.3. Conceito de alavancagem e estrutura do capital
  - 3.4. Medição do risco
  - 3.5. Implicações do risco sobre as decisões financeiras fundamentais

## PROGRAM CONTENTS

1. Introduction
  - 1.1. Genesis and historical evolution of financial management
  - 1.2. Fundamental questions of financial management
  - 1.3. Objectives of financial management
  - 1.4. The pursuit of objectives and financial planning
2. Financial Analysis
  - 2.1. Basic Analysis Instruments
    - 2.1.1. Balance
    - 2.1.2. Results report
    - 2.1.3. Others
  - 2.2. Limitations of traditional accounting information
  - 2.3. From accounting documents to financial documents
    - 2.3.1. The company financial cycles
    - 2.3.2. Concepts and methods of calculating the working capital
  - 2.4. Criteria and methods of financial analysis
    - 2.4.1. The Ratios Method
  - 2.5. Company Rentability
3. Financial Risk and Capital Opportunity Cost
  - 3.1. Concept of Risk
  - 3.2. Relation between risk and rentability
  - 3.3. Concept of leverage and capital structure
  - 3.4. Risk Calculation
  - 3.5. Implications of risk on main financial decisions

UC | PRODUTOS E MERCADOS TURÍSTICOS

CU | PRODUCTS AND TOURIST MARKETS

OBJETIVOS

1. Prover ao estudante as ferramentas fundamentais da mais variada índole para que atribua aos produtos e mercados turísticos o seu reconhecimento e valor.
2. Dotar os discentes dos instrumentos e recursos essenciais ao apuramento de diferentes competências específicas dos mercados e produtos turísticos.
3. Obter uma consciência crítica e construtiva sobre o papel dos Produtos e Mercados Turísticos.
4. Identificar, reconhecer e distinguir exemplos diferentes tipos de produtos e mercados turísticos.
5. Aplicar os conceitos adquiridos e desenvolver produtos específicos para determinados mercados turísticos.

#### OBJECTIVES

1. Provide students with several fundamental tools in order to recognize and evaluate touristic products and markets.
2. Give students necessary instruments and essential resources to achieve different specific competences in the touristic products and market.
3. Reach a critical and constructive consciousness about the role of touristic products and market.
4. Identify, recognize and distinguish examples of different types of touristic products and markets.
5. Apply these concepts and develop specific products for some touristic markets.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Produtos, Mercados e Destinos Turísticos.
  - 1.1. Conceitos, Análise e abordagens de produtos turísticos.
  - 1.2. Programas associados ao desenvolvimento do turismo regional.
2. O negócio turismo: Produtos, mercados e destinos.
  - 2.1. O Conceito e tipologias de produtos e mercados turísticos.
  - 2.2. Especificidades associadas ao desenvolvimento do turismo.
  - 2.3. Mercados estratégicos, Mercados a Consolidar, Mercados de Diversificação.
3. O PENT-Plano Estratégico Nacional do Turismo.
  - 3.1. Conceitos, tipologias e enquadramento.
  - 3.2. Tipologias de produtos de turismo.
  - 3.3. Os 5 Eixos do PENT: Território, destinos turísticos, qualificação de recursos, distribuição e comercialização, inovação e conhecimento.
  - 3.4. O turismo cultural, o turismo de negócios, o turismo urbano, o turismo natureza, o turismo de aventura e outros.
  - 3.5. Especificidades associadas ao desenvolvimento de determinados produtos e mercados de turismo.
4. Entidades Nacionais e Mundiais de Turismo.
  - 4.1. As entidades nacionais e internacionais ligadas ao turismo OMT, Turismo de Portugal, outras.
  - 4.2. Turismo em Portugal: Produtos e Mercados.
  - 4.3. Posicionamento Estratégico do Destino Portugal.
5. Mecanismos de Gestão Estratégica da Inovação.
  - 5.1. Inovação de Processos, Produtos e Serviços.
  - 5.2. Ciclo de Vida dos Produtos/Serviço.
  - 5.3. Preço e tipos de preço baseado nas estratégias de marketing e marketing-mix.
  - 5.4. Os novos produtos e os novos mercados emergentes no panorama nacional e internacional.
6. Determinantes de competitividade regional e dos produtos do destino turístico.
7. Outros temas atuais contemporâneos.

#### PROGRAM CONTENTS

1. Touristic Products, Markets and Destination
  - 1.1. Concepts, Analysis and Approach of touristic products
  - 1.2. Associated projects to the local touristic development
2. Tourism Business: Products, markets and destinations
  - 2.1. The concept and typologies of touristic products and market
  - 2.2. Specificities associated with the development of tourism.
  - 2.3. Strategic Markets, Markets to Consolidate, Diversification Markets.
3. The PENT-National Strategic Plan for Tourism.
  - 3.1. Concepts, typologies and inclusion.
  - 3.2. Typologies of tourism products.
  - 3.3. The 5 PENT: Territory, touristic destinations, resources qualification, distribution and commercialization, innovation and knowledge.

- 3.4. Cultural tourism, business tourism, urban tourism, nature tourism, adventure tourism and others.
- 3.5. Specificities associated to the development of certain tourism products and markets.
- 4. National and International Tourism Entities.
  - 4.1. National and international entities linked to tourism OMT, Portugal Tourism, others.
  - 4.2. Tourism in Portugal: Products and Markets.
  - 4.3. Strategic Positioning of Portugal Destination.
- 5. Mechanisms of Strategic Management of Innovation.
  - 5.1. Process innovation, Products and Services.
  - 5.2. Product / Service life cycles.
  - 5.3. Price and types of prices based on marketing strategies and marketing-mix.
  - 5.4. New products and new emerging markets in the national and international prospect.
- 6. Regional competitiveness determinants and the products of the tourist destination.
- 7. Other current contemporary themes.

## UC | COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

### CU | ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

#### OBJETIVOS

- Introdução ao comportamento organizacional em todas as suas componentes e aprendizagem da dimensão individual: personalidade, emoção e satisfação; da dimensão grupal: equipas de trabalho, liderança, comunicação e conceitos; e da dimensão estrutural: políticas, tecnologia, cultura e mudança.
- No final da unidade curricular o aluno deve identificar e distinguir as componentes individuais e grupais do comportamento organizacional: valores, atitudes, personalidade, fases de evolução grupal, gestão de equipas e liderança.
- O aluno deve ainda ser capaz de identificar as necessidades de comunicação e as fontes de conflito, definindo e implementando estratégias preventivas de atuação.
- O aluno deve também identificar os fatores estruturais que condicionam o desempenho das organizações e elaborar planos integrados de resposta às exigências impostas por cada contexto organizacional (culturais, tecnológicas ou outras).

#### OBJECTIVES

- Introduction of Organizational Behavior in all its components and learning of the individual dimension: personality, emotion and satisfaction; group dimension: working teams, leadership, communication and concepts; and the structural dimension: policies, technology, culture and change.
- By the end of the curricular unit the students have to identify and distinguish the individual and group components of the organizational behavior: values, attitudes, personality, group evolution, team management and leadership.
- Students should also be able to identify the communication needs and the conflict sources, defining and implementing preventive strategic actions.
- Student should also identify the structural factors that limit the organizations performance and elaborate integrated plans to answer to the demands imposed by each organizational context (cultural, technological or other).

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

- 1. Introdução ao comportamento organizacional.
- 2. O indivíduo, o comportamento individual e de grupo.
  - 2.1. Características, valores, atitudes e satisfação no trabalho.
  - 2.2. Personalidade, emoção, percepção e tomada de decisão.
  - 2.3. Teorias da motivação e sua aplicação.
- 3. Dinâmicas de Grupo e equipas de trabalho.
  - 3.1. Conceitos, processos grupais, grupos formais e informais.
  - 3.2. Estilos de Liderança, Liderança de Equipas e comunicação organizacional.
  - 3.3. Conceito, Poder de Negociação.
  - 3.4. Relações interpessoais, Gestão e negociação de conflitos e estruturas organizacionais.
- 4. O sistema organizacional.
  - 4.1. Estrutura organizacional, tecnologia e planeamento do trabalho.
  - 4.2. Políticas e práticas de recursos humanos.
  - 4.3. Cultura organizacional, Gestão e Negociação de Conflitos.

## 5. A dinâmica e cultura organizacional.

5.1. A mudança, os fatores de stress, síndrome de burnout e mobbing laboral.

5.2. O comportamento organizacional na era tecnológica e digital.

5.3. Mudança e aprendizagem organizacional.

5.4. Outros temas atuais da dinâmica organizacional.

### PROGRAM CONTENTS

1. Introduction to organizational behavior.

2. The subject, individual and group behavior.

2.1. Characteristics, values, attitudes and satisfaction at work.

2.2. Personality, emotion, perception and decision making.

2.3. Motivation theories and its application.

3. Group dynamics and work teams.

3.1. Concepts, group processes, formal and informal groups.

3.2. Styles of Leadership, Team Leadership and Organizational Communication.

3.3. Concept, Power of Negotiation.

3.4. Interpersonal relations, Management and negotiation of conflicts and organizational structures.

4. The organizational system.

4.1. Organizational structure, technology and work planning.

4.2. Policies and practices of human resources.

4.3. Organizational Culture, Management and Conflicts Negotiation.

5. The dynamics and organizational culture.

5.1. The change, the stress factors, burnout syndrome and labor mobbing.

5.2. Organizational behavior in the technological and digital age.

5.3. Organizational Change and Learning.

5.4. Other current issues of organizational dynamics.

### UC | PATRIMÓNIO NATURAL E CULTURAL DA MADEIRA

### CU | NATURAL AND CULTURAL PATRIMONY OF MADEIRA

#### OBJETIVOS

1. Prover o estudante de ferramentas fundamentais da mais variada índole para que atribua ao património cultural, histórico e natural o seu real valor científico e identitário, passível de utilização turística;

2. Dotar os discentes dos instrumentos e recursos essenciais ao apuramento de diferentes competências específicas.

3. Obter uma consciência crítica e construtiva sobre o papel do património cultural e natural na sociedade madeirense;

4. Identificar e reconhecer exemplos de património tangível e intangível no contexto nacional e regional;

5. Aplicar os conceitos adquiridos no âmbito do património cultural e natural da região em que se insere.

#### OBJECTIVES

1. Provide students with several fundamental tools that give the real and identity value to cultural heritage and tourism, liable to touristic use;

2. Give students necessary instruments and essential resources to achieve different specific competences in the cultural heritage and tourism;

3. Reach a critical and constructive consciousness about the cultural heritage and tourism role;

4. Identify and recognize examples of tangible and intangible heritage in the national and regional context;

5. Apply the concepts obtained in terms of cultural heritage and tourism in the local where is inserted.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Conceito, origem e evolução do Património Cultural.

2. Conceptualização dos termos de “Património Cultural” e Património Natural”.

3. Algumas noções básicas acerca das características e da cultura material das sociedades contemporâneas.

4. Património cultural e património natural: identidade e memória, do material ao imaterial.

5. Noções e função social do património cultural: legislação, enquadramento institucional e prática social.

6. Associativismo madeirense na defesa do património (cultural e natural) e diversas concepções de Cultura.

7. Ensino e formação, divulgação científica e animação cultural na RAM.

8. Preservação do Património Cultural e Natural da RAM.

9. Museologia, nova museologia e desafios do património cultural e natural da RAM.

10. Turismo Cultural, Turismo de Natureza na RAM.
11. Património Cultural e desenvolvimento turístico: Património local e regional.
12. Desafios atuais do Património Cultural e Natural da RAM
13. Importância da Cultura Digital e Redes Sociais na Divulgação do Património Cultural e Natural da RAM.
14. Temas atuais contemporâneos de património cultural e natural.

#### PROGRAM CONTENT

1. Concept, origin and evolution of Cultural Heritage.
2. Conceptualization of the terms of "Cultural Heritage" and "Natural Heritage".
3. Some basic notions about characteristics and material culture of contemporary societies.
4. Cultural heritage and natural heritage: identity and memory, from material to immaterial.
5. Notions and social function of the cultural heritage: legislation, institutional framework and social practice.
6. Madeiran association to defense of heritage (cultural and natural) and several interpretations of Culture.
7. Teaching and training, scientific disclosure and cultural animation in Madeira Island.
8. Preservation of the Cultural and Natural Heritage of Madeira Island.
9. Museology, new museology and challenges of the cultural and natural heritage of Madeira.
10. Cultural Tourism, Nature Tourism in Madeira.
11. Cultural Heritage and tourism development: Local and regional heritage.
12. Current challenges of the Cultural and Natural Heritage of Madeira
13. Importance of Digital Culture and Social Networks in the Disclosure of the Cultural and Natural Heritage of Madeira.
14. Current contemporary themes of cultural and natural heritage.

#### UC | GESTÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS

#### CU | TOURISM DESTINATION MANAGEMENT

#### OBJETIVOS

- Reconhecer especificidades de diferentes áreas (territórios) enquanto destinos turísticos; identificar estádios no ciclo de vida dos destinos; definir estratégias de desenvolvimento em função do território (áreas estratégicas de intervenção) e do estágio no ciclo de vida.
- Categorizar atrações, compreendendo os fatores para a sua gestão eficaz (natureza, localização, atratividade, temática, público-alvo, capacidade de carga)
- Permitir aos alunos a compreensão e alargar os seus saberes na área de conhecimento desta área científica de estudos e transmitir um conjunto de conceitos, ferramentas e técnicas de análise, que permita conhecer, investigar e analisar as principais ferramentas estratégicas da Gestão dos Destinos Turísticos.
- Apresentar conceitos de Gestão dos Destinos Turísticos enquanto prática de gestão e enquanto fatores de competitividade dos Destinos Turísticos.
- Formar profissionais com capacidades, sensibilidade e estimular a criatividade e a inovação, atendendo as mudanças do mercado, potenciando ferramentas inovadoras no desenvolvimento e Gestão dos Destinos Turísticos.

#### OBJECTIVES

- Recognize the specificities of different areas (territories) as touristic destinations: identify stages in the destinations life cycle; define development strategies according to the territory (strategic areas of intervention) and its stage in the life cycle.
- Categorize attractions, studying the steps to its good management (nature, place, appealing, theme, target population, capacity)
- Allow students to understand and expand their knowledge's in the learning area of this scientific studies and transmit a set of concepts, tools and analysis technics, which will allow to know, investigate and analyze the main strategic tools of the Touristic Destinations Management.
- Introduce concepts in the Touristic Destinations Management, whilst management practice and competitiveness factors of the Touristic Destinations.
- Form professional with capacities, sensibility and encourage creativeness and innovation, bearing in mind the market changes, creating innovative tools for the development of the Touristic Destinations Management.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Enquadramentos da Gestão dos Destinos Turísticos

- 1.1. Definição: diferentes perspetivas, Conceitos, tipologias, funções, componentes, agentes de destino turístico e implicações práticas. Fatores determinantes para o desenvolvimento e reconhecimento dos territórios como destinos turísticos; Características Comuns e Fatores diferenciadores.
- 1.2. A importância da Gestão de Destinos Turísticos (G.D.T.)
- 1.3. Elementos básicos de um destino turístico;
- 1.4. Desenvolvimento: Modelos de desenvolvimento; Ciclo de vida dos destinos; Tipologias de destino
2. A Importância das Organizações para a Gestão dos Destinos Turísticos
  - 2.1. Génese e evolução, funções e estrutura
  - 2.2. A diversidade das organizações de gestão dos destinos
    - 2.2.1. O Polo de Competitividade e Tecnologia do Turismo e as Entidades Regionais de Turismo
    - 2.2.2. A importância dos Convention & Visitors Bureaus
    - 2.2.3. A pertinência dos Observatórios Regionais de Turismo no apoio à gestão
    - 2.2.4. A relevância dos Regional Tourism Thinking Thanks
    - 2.2.5. Promoção e dinamização na perspetiva da qualificação e da gestão de destinos turísticos.
  - 2.3. Promoção e dinamização na perspetiva da qualificação e da gestão de destinos turísticos.
3. Princípios e Práticas de Gestão Estratégica dos Destinos Turísticos
  - 3.1. Inventariação de recursos e avaliação da competitividade de um destino
  - 3.2. O desenvolvimento dos produtos turísticos: a definição estratégica regional
  - 3.3. Estratégias de diferenciação competitiva: a relevância das experiências turísticas
  - 3.4. Estratégias e ações de dinamização do ciclo de valor da viagem na promoção dos destinos com potencial turístico.
  - 3.4. Posicionamento competitivo e gestão de destinos turísticos
  - 3.5. O ciclo de vida dos produtos turísticos e a gestão de destinos: a inovação.
  - 3.6. Qualificação dos destinos turísticos: reabilitação urbana, reforço da atratividade económica, melhoria da mobilidade e melhoria do ambiente urbano.

#### PROGRAM CONTENTS

1. Inclusion of the Touristic Destinations Management
  - 1.1. Definition: different perspectives, concepts, typologies, functions, components, agents of tourist destination and practical implications. Determining factors for the development and recognition of territories as touristic destinations; Common Features and Differentiating Factors.
  - 1.2. The importance of the Touristic Destinations Management (G.D.T.)
  - 1.3. Basic elements of a touristic destination;
  - 1.4. Development: Development models; Life cycle of destinations; Types of destination
2. The Importance of Organizations for the Touristic Destinations Management
  - 2.1. Genesis and evolution, functions and structure
  - 2.2. The diversity of destination management organizations
    - 2.2.1. The Tourism Competitiveness and Technology Pole and the Regional Tourism Entities
    - 2.2.2. The importance of Convention & Visitors Bureaus
    - 2.2.3. The relevance of the Regional Tourism Observatories to the management of
    - 2.2.4. The relevance of Regional Tourism Thinking Thanks
    - 2.2.5. Promotion and dynamism in the qualification perspective and of the touristic destinations management
3. Principles and Practices of Strategic Touristic Destinations Management
  - 3.1. Inventory of resources and evaluation of the competitiveness of a destination
  - 3.2. The development of touristic products: the regional strategic definition
  - 3.3. Strategies of competitive differentiation: the relevance of touristic experiences
  - 3.4. Strategies and actions to encourage the travel value cycle in the promotion of destinations with tourism potential.
  - 3.4. Competitive positioning and touristic destinations management
  - 3.5. The life cycle of touristic products and destination management: innovation.
  - 3.6. Qualification of touristic destinations: urban rehabilitation, strengthening economic attractiveness, improving mobility and improving urban environment.

UC | COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO

CU | COMPETITIVENESS AND INNOVATION

OBJETIVOS

- Permitir aos alunos a compreensão e alargar os seus saber na área de conhecimento desta área científica de estudos e transmitir um conjunto de conceitos, ferramentas e técnicas de análise, que permita conhecer, investigar e analisar as principais ferramentas estratégicas da competitividade.
- Conhecer e aplicar ferramentas estratégicas e inovadoras de análise competitiva empresarial, avaliar e diagnosticar a posição competitiva de um setor de atividade, região e/ou país; desenvolver investigação sobre a área da inovação e competitividade.
- Apresentar conceitos de Inovação enquanto prática de gestão e enquanto fatores de competitividade das empresas e do destino numa era de globalização.
- Formar profissionais com capacidades, sensibilidade e estimular a criatividade e a inovação, atendendo as mudanças do mercado, potenciando ferramentas inovadoras no desenvolvimento e aproveitamento de novas oportunidades de negócio.

#### OBJECTIVES

- Allow students to understand and expand their knowledge's in the learning area of this scientific studies and transmit a set of concepts, tools and analysis technics, which will allow to know, investigate and analyze the main strategic tools of the competitiveness.
- Get acquainted and apply strategic and innovative tools of the business competitiveness analysis, evaluate and diagnose the competitive position of an activity, region and/or country; provide research on innovation and competitiveness.
- Introduce concepts in the Innovation, whilst management practice and competitiveness factors of the companies and of the destinations in a globalization era.
- Form professional with capacities, sensibility and encourage creativeness and innovation, bearing in mind the market changes, creating innovative tools for the development and achievement of new business opportunities.

#### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Competitividade
  - 1.1. Introdução
  - 1.2. Inovação competitiva e Setor Industrial
2. Análise estratégica e vantagem competitiva
  - 2.1. Análise estrutural da Industria
  - 2.2. Posicionamento dentro da Industria
  - 2.3. Fontes de Vantagem Competitiva Regional
  - 2.4. Tecnologia e Vantagem Competitiva Regional
3. Competitividade regional e empresarial
  - 3.1. Introdução
  - 3.2. A necessidade de um novo paradigma
  - 3.3. Uma nova teoria da vantagem competitiva regional
  - 3.4. A vantagem competitiva das empresas nas indústrias globais e regionais
  - 3.5. Determinantes da vantagem competitiva regional
  - 3.6. A dinâmica da vantagem regional
  - 3.7. Vantagens competitivas: o caso regional
4. Gestão da inovação
  - 4.1. Introdução
  - 4.2. Conceitos, Modelos e Tipos de Inovação
  - 4.3. Perspetiva histórica sobre inovação
  - 4.4. Abordagens atuais de referência sobre inovação
  - 4.5. Contexto de inovação na cooperação e transferência de conhecimento universidade para empresa
  - 4.6. Importância da Criatividade e Técnicas Criativas na Inovação
  - 4.7. Gestão Estratégica da Inovação
  - 4.8. Inovação Tecnológica e Inteligência Artificial
5. Inovação e ação empresarial
  - 5.1. Capacidade inovadora regional
  - 5.2. Sistemas de Inovação e Relacionamentos externos
  - 5.3. Desenvolvimento de novos produtos e propriedade intelectual
  - 5.4. Inovação de processos, produtos e serviços

5.5. Inovação e empreendedorismo tecnológico

5.6. Políticas e fontes de financiamento da inovação e criação de negócios

## PROGRAM CONTENTS

1. Competitiveness

1.1. Introduction

1.2. Competitive innovation and industrial sector

2. Strategic analysis and competitive advantage

2.1. Industry structural analysis

2.2. Positioning within Industry

2.3. Regional Competitive Advantages Sources

2.4. Technology and Competitive Advantages Sources

3. Regional and business competitiveness

3.1. Introduction

3.2. The need of a new paradigm

3.3. A new theory of the regional competitive advantage

3.4. The competitive advantage for companies in global and regional industries

3.5. Determinants of the regional competitive advantage

3.6. The dynamic of the regional advantage

3.7. Competitive Advantages: Our region

4. Innovation management

4.1. Introduction

4.2. Concepts, examples and types of innovation

4.3. Historic Perspective on innovation

4.4. Up-to-date reference approaches on innovation

4.5. Innovation context in the cooperation and transfer of knowledge from the university to the company

4.6. Importance of Creativeness and Creative Technics in Innovation

4.7. Strategic Innovation Management

4.8. Technological Innovation and Artificial Intelligence

5. Innovation and business action

5.1. Regional innovative capacity

5.2. Innovation systems and external relationships

5.3. Development of new products and intellectual property

5.4. Processes, products and services innovation

5.5. Technological innovation and entrepreneurship

5.6. Policies and financing sources of innovation and creation of business