



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E DO ENSINO SUPERIOR  
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR  
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

## **ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR**

### **Curso de Gestão Turística e Cultural**

Ano Lectivo de 2005/2006

#### **PROGRAMA DA DISCIPLINA: PLANEAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS TURÍSTICOS**

4º Ano: Anual

Carga Horária: 4 tempos (2 T + 2 TP)

Docente: Dr. Manuel Reis Ferreira - Eq. Prof. Adjunto  
Coordenador da Área Científica de Planeamento e Desenvolvimento Turístico

---

#### **1 – INTRODUÇÃO**

O programa da disciplina está estruturado para cobrir as duas grandes áreas do planeamento e desenvolvimento turístico: os destinos turísticos e os macro e micro produtos turísticos.

Foca-se primeiro o âmbito do destino turístico, numa sequência que conduz aos métodos de planeamento turístico regional e local, integrando o conjunto das matérias na formalização dos planos de desenvolvimento de destinos turísticos

Faz-se uma abordagem aplicada dos métodos de análise de recursos e de produtos turísticos para conduzir à avaliação do potencial de desenvolvimento turístico.

Trata-se a estratégia, a competitividade e os factores-chave de sucesso, o que significa colocar as questões sobre o que é a estratégia e como se formula, sobre a construção de posições competitivas e sobre como se alicerçam os destinos e produtos turísticos.

O desenvolvimento de produtos de turismo cultural surge num contexto de planeamento turístico.

Aplica-se o conceito de “engenharia de produto” para significar que a concepção do produto existe antes dos meios, do capital, da organização, devendo estes ser colocados ao seu serviço, o que é particularmente importante no caso dos produtos culturais, sendo o seu desenvolvimento uma das preocupações centrais da disciplina.

Aborda-se a análise da viabilidade económica dos projectos que é também um domínio essencial para o desenvolvimento de produtos turísticos.

O marketing é outra matéria que se enquadra neste conteúdo curricular de forma aplicada ao desenvolvimento de produtos e de destinos turísticos.

## 2 – OBJECTIVOS PEDAGÓGICOS

O percurso pedagógico orientado para a compreensão conceptual e metodológica do planeamento de destinos e de produtos turísticos.

Os alunos ficam a dominar o planeamento turístico nas suas componentes essenciais, cobrindo as matérias que compõem um plano regional ou local.

Os alunos ficam também a dominar os processos de desenvolvimento, análise de viabilidade e marketing estratégico de produtos turísticos.

## 3 – CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Recursos e produtos turísticos
2. Destinos turísticos
3. Mercados turísticos e tendências da procura
4. Diagnóstico e prospectiva aplicada aos destinos turísticos
5. Estratégia e política de turismo
6. Planeamento de destinos turísticos
7. Engenharia de produtos turísticos
8. Desenvolvimento de produtos de turismo cultural
9. Análise da viabilidade económica de projectos turísticos
10. Marketing de produtos e destinos turísticos

## 4 – AVALIAÇÃO

Realização de dois testes escritos, um no final de cada semestre.

## 5 – BIBLIOGRAFIA

Gunn, Clare. *Tourism Planning*. Taylor&Francis. London. 3ª edição. 1993.

Hall, C. Michael. *Tourism Planning - Policies, Processes and Relationships*. Prentice Hall. England. 2000.

Inskeep, Edward. *Tourism Planning - An Integrated and Sustainable Development Approach*. John Wiley&Sons. New York. 1991.

OMT. *National and Regional Tourism Planning - Methodologies and Case Studies*. Thomson Business Press. London. 1994.

OMT. *Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais*. 1ª edição. 1993. Madrid.