

TURISMO E DIGITALIZAÇÃO



ÍNDICE

O que é uma Microcredencial?

- 1.** Duração
- 2.** ECTS
- 3.** Sinopse
- 4.** Destinatários
- 5.** Condições de Acesso
- 6.** Pré-requisitos
- 7.** Objetivos de Aprendizagem
- 8.** Competências a Adquirir
- 9.** Estrutura Curricular
- 10.** Bibliografia
- 11.** Metodologia
- 12.** Avaliação
- 13.** Formadoras
- 14.** Coordenadores Científicos
 - 14.1.** Coordenação Interna
 - 14.2.** Coordenação Externa

O QUE É UMA MICROCREDENCIAL?

Segundo a Comissão Europeia¹, “microcredenciais” são qualificações que certificam resultados de aprendizagens resultantes de cursos curtos ou de módulos, tendo em vista a requalificação e atualização profissional de cada um.

Estas qualificações podem ser obtidas pelos cidadãos com diversas modalidades de aprendizagem, presencial, a distância online ou mista.

Seja qual for o regime ou forma como são obtidas as qualificações, a Comissão Europeia vê nas microcredenciais uma oportunidade de aprendizagem flexível e inclusiva, no contexto dos sistemas de ensino e formação europeus e uma nova forma de acreditação adequada a diferentes necessidades.

Estas qualificações, por norma de curta duração, serão essencialmente úteis para quem pretende complementar o seu conhecimento e competências ou para quem pretende requalificar-se, procurando novas oportunidades no mercado de trabalho.

Na sua essência as microcredenciais assentam e dão resposta ao conceito e à prática de uma “aprendizagem ao longo da vida”.

1. DURAÇÃO

N.º de semanas | 6.

2. ECTS

Número de ECTS: 2 | 52 horas.

3. SINOPSE

O turismo de saúde preventiva é um sector em ascensão, reflectindo a crescente preocupação com a promoção do bem-estar e a prevenção de doenças através do turismo. Com a digitalização e a personalização de experiências, este segmento tem-se tornado cada vez mais relevante para viajantes que procuram não apenas lazer, mas também melhoria da qualidade de vida e práticas de autocuidado.

Neste contexto, o curso "Turismo e Saúde Preventiva" surge para capacitar profissionais e interessados na área, fornecendo ferramentas para compreender as tendências, modelos de negócio e impactos deste tipo de turismo na saúde individual e coletiva.

¹ Comissão Europeia, Uma abordagem europeia das Microcredenciais [online]. Disponível em: <<https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9237-2022-INIT/en/pdf>> [citado em 24/09/2024].

4. DESTINATÁRIOS

São destinatários desta microcredencial:

1. Todas as pessoas de qualquer área de formação técnica/científica que pretendam aprofundar o seu conhecimento na área do turismo e saúde preventiva;
- 2) Todos os profissionais que estejam direta ou indiretamente ligados às atividades que compõem o setor turístico;
- 3) Todos os alunos universitários.

5. CONDIÇÕES DE ACESSO

Este curso rege-se pelo Regulamento da oferta educativa da Universidade Aberta.

Podem candidatar-se a esta microcredencial:

- a) Titulares que tenham obtido no mínimo o grau do ensino secundário (12.º ano de escolaridade) ou equivalente;
- b) Titulares de residência fiscal em Portugal, durante a frequência da formação.

6. PRÉ-REQUISITOS

Tratando-se de um curso de ensino a distância na modalidade de e-learning, a sua frequência exige que as/os candidatas/os tenham acesso a computador com ligação à Internet e possuam conhecimentos de informática, na ótica do utilizador. É também recomendável a competência de leitura de textos noutros idiomas.

7. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Os objetivos da presente microcredencial são:

- Compreender o impacto da digitalização no sector do turismo.
- Identificar as principais tendências tecnológicas e digitais aplicáveis ao turismo.
- Desenvolver competências para implementar ferramentas digitais na gestão e promoção de serviços turísticos.
- Avaliar os desafios éticos e operacionais associados à transformação digital no turismo.
- Explorar casos práticos e boas práticas de digitalização no sector.

8. COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR

Espera-se que os participantes adquiram as seguintes competências que lhes serão certificadas/identificadas no documento certificador desta microcredencial:

- Compreender o papel de plataformas digitais básicas no turismo (redes sociais, marketing online).
- Identificar oportunidades iniciais para a digitalização de serviços turísticos.
- Reconhecer como tecnologias digitais podem apoiar práticas sustentáveis.
- Criar conteúdos simples e eficazes para atrair turistas online.

9. ESTRUTURA CURRICULAR

Esta microcredencial está estruturada em 4 módulos que se desenvolvem sequencialmente. A sua duração total é de 52 horas (volume de trabalho dos formandos) que correspondem 2 ECTS da UAb e realiza-se em regime de formação a distância online, ao longo das 6 semanas.

MÓDULO 1: INTRODUÇÃO À DIGITALIZAÇÃO NO TURISMO

[Duração: 13 horas teórico-práticas | 0,5 ECTS]

Descrição

Este módulo apresenta os fundamentos da transformação digital no sector do turismo, explorando como as tecnologias digitais estão a mudar a forma como os serviços turísticos são promovidos, consumidos e geridos. Os participantes terão uma visão geral das tendências digitais no turismo, bem como dos benefícios e desafios associados à adoção de tecnologias.

Objetivos

- Apresentar os conceitos básicos de digitalização e transformação digital aplicados ao turismo.
- Demonstrar como as tecnologias digitais estão a influenciar o sector turístico, desde operações internas até à experiência do cliente.
- Identificar exemplos práticos de transformação digital em empresas e destinos turísticos.
- Sensibilizar para os desafios e oportunidades decorrentes da digitalização no turismo.

Conteúdos

- Conceitos-chave de digitalização e transformação digital no setor do turismo.

- Impactos das tecnologias digitais nas operações, gestão e experiência do cliente.
- Tendências atuais e exemplos práticos de digitalização em destinos e empresas turísticas.
- Desafios e oportunidades da adoção tecnológica no turismo.

Competências:

- Compreensão dos conceitos básicos de digitalização no turismo
- Reconhecimento do impacto das tecnologias digitais
- Identificação de exemplos de digitalização no turismo
- Análise inicial de desafios e oportunidades

MÓDULO 2: FERRAMENTAS DIGITAIS NO TURISMO

[Duração: 13 horas teórico-práticas | 0,5 ECTS]

Descrição

Este módulo foca-se na exploração de ferramentas digitais utilizadas no sector do turismo para melhorar a gestão, a comunicação e a experiência do cliente. Os participantes aprenderão sobre plataformas de marketing digital, sistemas de gestão de clientes (CRM) e tecnologias emergentes, como realidade aumentada e visitas virtuais.

Objetivos

- Introduzir os participantes a ferramentas digitais básicas aplicáveis ao turismo.
- Demonstrar como essas ferramentas podem ser usadas para otimizar operações e melhorar a experiência do cliente.
- Explorar tecnologias emergentes que estão a revolucionar o sector, como realidade aumentada e visitas virtuais.
- Incentivar os participantes a identificar as ferramentas mais relevantes para diferentes tipos de negócios turísticos.

Conteúdos

- Plataformas e ferramentas digitais essenciais: CRM, sistemas de reservas, gestão de reputação online.
- Aplicações práticas das ferramentas digitais na operação turística e atendimento ao cliente.
- Tecnologias emergentes: realidade aumentada, realidade virtual, visitas interativas.
- Seleção e adaptação de ferramentas conforme o tipo e escala de negócio turístico.

Competências a Adquirir

- Conhecimento básico de ferramentas digitais no turismo
- Aplicação inicial de ferramentas digitais

- Exploração de tecnologias emergentes
- Avaliação da relevância de ferramentas digitais

MÓDULO 3: COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO DIGITAL

[Duração: 13 horas teórico-práticas | 0,5 ECTS]

Descrição

Este módulo aborda os fundamentos da comunicação e promoção digital no sector do turismo. Foca-se na criação de estratégias simples para atrair e engajar públicos- alvo por meio de canais digitais, como redes sociais e websites. Os participantes aprenderão a criar conteúdos atrativos e a utilizar técnicas de storytelling para fortalecer a presença online de empresas ou destinos turísticos.

Objetivos

- Apresentar os conceitos básicos de comunicação digital aplicados ao turismo.
- Capacitar os participantes a criar conteúdos atrativos e eficazes para promoção digital.
- Ensinar técnicas simples de storytelling para aumentar o impacto da comunicação digital.
- Demonstrar como as redes sociais podem ser usadas para promover destinos ou serviços turísticos.

Conteúdos

- Fundamentos da comunicação digital e sua aplicação no turismo.
- Criação de conteúdos atrativos: texto, imagem e vídeo para promoção online.
- Introdução ao storytelling digital para fortalecer a identidade de marca.
- Utilização estratégica de redes sociais para promoção de destinos e serviços turísticos.

Competências

- Criação de conteúdos digitais
- Aplicação de storytelling digital
- Gestão de redes sociais
- Promoção de destinos ou serviços turísticos

MÓDULO 4: TURISMO SUSTENTÁVEL E DIGITALIZAÇÃO

[Duração: 13 horas teórico-práticas | 0,5 ECTS]

Descrição

Este módulo explora como a digitalização pode ser uma aliada para promover práticas de turismo sustentável. Os participantes aprenderão a identificar e implementar estratégias

digitais que minimizem impactos ambientais, incentivem o uso responsável de recursos e promovam destinos e serviços alinhados com os princípios da sustentabilidade.

Objetivos

- Introduzir o conceito de sustentabilidade aplicado ao turismo e o papel das tecnologias digitais nesse contexto.
- Demonstrar como ferramentas digitais podem apoiar práticas de turismo sustentável, como a redução de desperdícios e a gestão eficiente de recursos.
- Apresentar casos práticos de empresas e destinos que utilizam soluções digitais para promover sustentabilidade.
- Capacitar os participantes a propor iniciativas digitais simples que integrem sustentabilidade no setor turístico.

Conteúdos

- Conceito de turismo sustentável e o papel das tecnologias digitais na sua promoção.
- Ferramentas digitais para gestão eficiente de recursos e redução de impactos ambientais.
- Casos práticos de destinos e empresas que integram sustentabilidade e digitalização.
- Desenvolvimento de pequenas iniciativas digitais com impacto positivo no turismo sustentável.

Competências

- Compreensão dos princípios de sustentabilidade no turismo
- Identificação de boas práticas digitais
- Proposta de iniciativas sustentáveis digitais

10. BIBLIOGRAFIA

Harnessing Technology for Smart Destinations (2020). www.unwto.org

OECD Tourism Trends and Policies Report (2021). www.oecd.org

Castela, A. (2024). Resenha: Turismo digital. Uma comunicação para nómadas intermitentes.

Guimarães, A. S., Poggi, M., & Borges. (2010). *E-TURISMO: INTERNET E NEGÓCIOS DO TURISMO*. Cengage Learning Edições Ltda.

Moutinho, L., Abranja, N., Vargas-Sánchez, A., & Rodrigues, T. (2023). Turismo e Hotelaria: Futureland. Sustentabilidade e Tecnologías para o futuro. *Lidel-Edições Técnicas*.

Serra, J. (2008). As Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo: a emergência do e-tourism.

Milheiro, E., Costa, C., & Santos, B. S. (2010). A informação turística e as tecnologias da informação e da comunicação: o caso português. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(13/14), 871-881.

11. METODOLOGIA

Este curso será lecionado em português. As atividades de ensino-aprendizagem são realizadas em regime de ensino a distância, em ambiente completamente virtual com recurso a uma plataforma de e-learning. O curso é antecedido por um módulo inicial de Ambientação Online com a duração de uma semana, com o objetivo de permitir que as/os estudantes se familiarizem com o ambiente de trabalho da PlataformAbERTA da Universidade Aberta e adquiram competências fundamentais de comunicação online e competências sociais necessárias à construção de uma comunidade de aprendizagem virtual.

Nesta microcredencial é adotado o Modelo Pedagógico Virtual da Universidade Aberta, o qual se orienta pelos seguintes princípios:

- Ensino centrado no estudante, o que significa que ele é ativo e responsável pela construção de conhecimento.
- Ensino baseado na flexibilidade de acesso à aprendizagem (conteúdos e atividades), o que significa a ausência de imperativos temporais ou espaciais. Este princípio concretiza-se na primazia da comunicação assíncrona, o que permite a não-coincidência de espaço e não-coincidência de tempo, já que a comunicação e a interação se processam à medida que é conveniente para o estudante, possibilitando-lhe tempo para ler, processar a informação, refletir, dialogar e interagir.
- Ensino baseado na interação diversificada quer entre estudante-docente quer entre estudante-estudante, quer ainda entre o estudante e os recursos. Este princípio concretiza-se em dispositivos de comunicação variados que o docente planeia e concebe de acordo com a sua estratégia pedagógica.
- Ensino promotor de inclusão digital, entendida como a facilitação da utilização das 06 Tecnologias de Informação e da Comunicação, como também o desenvolvimento de competências para a análise e produção de informação digital.

Estes princípios são implementados com recurso a dois elementos fundamentais no processo de aprendizagem:

A TURMA VIRTUAL – A/O estudante integra uma turma virtual onde têm acesso as/os professoras/es do curso e as/os restantes estudantes. As atividades de aprendizagem ocorrem neste espaço e são realizadas online, agregando uma série de recursos, distribuídos por diversos momentos de trabalho coletivo e pela interação entre professor(a)-estudante e estudante-estudante. A comunicação é essencialmente assíncrona e, por isso, baseada na escrita. No processo de aprendizagem, e quando se justifique, podem ainda ser utilizados instrumentos de comunicação síncrona, como a videoconferência, com recurso à plataforma Colibri.

O CONTRATO DE APRENDIZAGEM – O/A professor(a) de cada unidade curricular propõe à turma um contrato de aprendizagem, no qual está definido um percurso de trabalho para o semestre letivo, apoiando-se na autoaprendizagem e na aprendizagem colaborativa entre estudantes. Com base nos materiais de aprendizagem disponibilizados ou indicados na bibliografia, o/a professor(a) da unidade curricular organiza e delimita os períodos de autoaprendizagem e reflexão individual, os quais são seguidos pela realização de atividades e períodos de interação diversificada na turma virtual.

12. AVALIAÇÃO

Todos os módulos do curso são sujeitos a avaliação que integra:

- Uma componente contínua ao longo do módulo (participação no fórum de discussão e eventual realização de e-atividades intermédias);
- Uma componente final do módulo baseada na realização de uma e-atividade final que pode revestir qualquer forma (trabalho, teste, projeto, etc.).
- Os instrumentos de avaliação de um módulo têm o mesmo peso e, por isso, a avaliação final do módulo é dada pela média simples das 2 ou 3 provas realizadas, numa escala de 0 a 20 valores.
- A média final da avaliação dos módulos traduz a classificação final.
- Na avaliação da participação dos alunos num fórum de discussão têm-se em atenção os seguintes fatores:
 - A qualidade e a quantidade de mensagens com conteúdo significativo para o(s) assunto(s) em discussão;

- A relevância das mensagens para os temas em discussão;
- A clareza e objetividade das mensagens;
- A redação das mensagens (pontuação, erros de ortografia, etc.);
- A oportunidade do envio das mensagens, privilegiando-se a distribuição destas ao longo de todo o período de discussão em fórum.
- Todas as mensagens enviadas para os fóruns de módulos já terminados não são consideradas para efeitos de avaliação.
- As e-atividades a realizar em cada um dos módulos (tanto as intermédias como a final) podem revestir qualquer tipo – teste tradicional, trabalho offline, trabalho online, síntese, pesquisa, relatório, etc. – ficando a sua escolha ao critério do formador do respetivo módulo.
- É obrigatória a realização de todas as e-atividades de avaliação dos módulos que contam para a classificação final do curso. A não realização de uma e-atividade é contabilizada com 0 valores para efeitos de obtenção da média. A não participação num fórum de discussão traduz-se numa classificação de 0 valores nesse fórum.
- Todas as e-atividades de avaliação final dos diversos módulos realizam-se numa só data e num período de 24 a 48 horas. Excecionalmente, e apenas por razões de doença ou e inoperacionalidade da plataforma, ambas devidamente comprovadas, se admite a realização das e-atividades para avaliação numa data de segunda oportunidade.

Classificação Final no curso

Consideram-se com aproveitamento e credores da Microcredencial em Turismo e Digitalização os formandos que obtiverem numa escala de 0 a 20, em cada um dos módulos 1, 2, 3 e 4, uma classificação igual ou superior a 8 valores e, no conjunto dos quatro módulos, uma média mínima de 9,5 valores.

13. FORMADORAS

Isabel Rocha

Professora Associada com Agregação na Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa e Directora do Cardiovascular Autonomic Lab, conta com uma vasta experiência na área da fisiologia.

Entre 2014 e 2017 foi membro da “Rede Valor” da Universidade de Lisboa. De 2017 a 2019 assumiu o cargo de vice reitora para a inovação e empreendedorismo da

Universidade de Lisboa. Em 2021 foi vogal da Comissão Científica e Empresarial da EITHealth. Doutoramento em Envelhecimento, e em 2022 vogal do Conselho Científico do Instituto de Investigação Científica Rocha Cabral.

CIENCIA ID | [7711-3969-7806](#)

ORCID | [0000-0002-7582-0893](#)

Michele Gomes da Rosa

Doutorada em Medicina e Ciências da Saúde pela Pontifícia Universidade Católica do RioGrande do Sul.

Actualmente é investigadora auxiliar da Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa. Em 2018 foi investigadora de pós-doutoramento do Centro Cardiovascular da Universidade de Lisboa.

Conta com diversas especializações na área da fisioterapia, tendo em 2010 se especializado em fisioterapia cardiotorrespiratória no Instituto de Cardiologia do Rio Grande do Sul.

CIENCIA ID | [E917-FFD3-D9AB](#)

ORCID | [0000-0002-9594-3292](#)

14. COORDENADORES CIENTÍFICOS

14.1. COORDENAÇÃO INTERNA

António Eduardo Martins

Doutorado em Comportamento Organizacional pela Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UL). Licenciado e Mestre em Gestão pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE). Mestre em Economia pela Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Desenvolveu estudos pós-graduados em Relações Internacionais no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UTL) e em Estudos Europeus no Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Professor do Ensino Superior Universitário Público. Especialista em Gestão do Conhecimento, Gestão Estratégica, Planeamento e Economia Financeira. Experiência profissional como Administrador, Diretor Executivo, Diretor Financeiro, Diretor de Recursos Humanos e Diretor de Estratégia e Planeamento. Investigador na área da Gestão Estratégica, do Capital Intelectual e Gestão do Conhecimento, do Turismo, dos Recursos Humanos e da Contabilidade. Publicou diversos artigos em revistas científicas e é autor de publicações

nas áreas de gestão de recursos humanos, finanças e contabilidade.

CIENCIA ID | [6E13-2B87-A246](#)

ORCID ID | [0000-0002-0830-74833](#)

José António Porfírio

Professor Associado com Agregação da Universidade Aberta. Diretor do Departamento de Ciências Sociais e de Gestão desde fevereiro de 2021, tendo sido igualmente Diretor deste Departamento entre janeiro de 2009 e janeiro de 2013. É Coordenador do Mestrado em Gestão desde 2018, tendo assumido esta função, também, entre 2007 e 2013. Na Universidade Aberta foi membro do Conselho de Gestão e do seu Senado entre 2008 e 2016. Foi Pró-Reitor para a área de Projetos e Investigação, sendo Coordenador do Gabinete de Apoio a Projetos de Investigação e Desenvolvimento, entre novembro de 2014 e dezembro de 2018. Licenciado em 1990 pelo ISEG, em Organização e Gestão de Empresas onde, em 1993, obteve o grau de Mestre em Matemática Aplicada à Economia e à Gestão. Em 2005 doutorou-se em Gestão, na Especialidade de Estratégia, pela Universidade Aberta. Lecionou várias disciplinas da área da Gestão Financeira, da Gestão Estratégica e da Integração Europeia. Desde 2005 é responsável pelas disciplinas da área de Estratégia do Mestrado em Gestão/MBA. Para além da atividade docente, tem desenvolvido investigação na área da Estratégia, do Empreendedorismo, das Empresas Familiares, Transformação Digital, e Desenvolvimento Regional, com várias publicações sobre estes temas. Até 2008 exerceu várias funções como consultor e quadro em empresas do sector financeiro, industrial, imobiliário e de formação, foi Assessor do Gabinete do Secretário de Estado da Agricultura e das Pescas e do Ministro da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas (entre 2005 e 2008), e é consultor das Nações Unidas no programa TrainForTrade, da UNCTAD, para formação em comércio Internacional. Desde 2018 é CEO de uma empresa de consultoria que se dedica à implementação da Gestão pelo Propósito nas organizações.

CIENCIA ID | [691A-62DE-BF75](#)

ORCID | [0000-0001-9551-9531](#)

14.2. COORDENAÇÃO EXTERNA

Isabel Rocha

Professora Associada com Agregação na Faculdade de Medicina da Universidade de Lisboa e Directora do Cardiovascular Autonomic Lab, conta com uma vasta experiência na área da fisiologia.

Entre 2014 e 2017 foi membro da “Rede Valor” da Universidade de Lisboa. De 2017 a 2019 assumiu o cargo de vice reitora para a inovação e empreendedorismo da Universidade de Lisboa. Em 2021 foi vogal da Comissão Científica e Empresarial da EITHealth. Doutoramento em Envelhecimento, e em 2022 vogal do Conselho Científico do Instituto de Investigação Científica Rocha Cabral.

CIENCIA ID | [7711-3969-7806](#)

ORCID | [0000-0002-7582-0893](#)

