

Ano Académico: 2023/2024	PÓS GRADUAÇÃO EM EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DE NEGÓCIOS EM TURISMO E HOSPITALIDADE		
Identificação da unidade curricular (UC)			
Nome:	SEMINÁRIO 3 / SEMINAR 3		
Código (se aplicável):		ECTS:	3
Departamento (se aplicável):	Ciências Empresariais		
Área Científica da UC	345	Ano Curricular	Não aplicável
Total de Horas de Trabalho:	94	Total de Horas de Contacto:	18
Identificação do docente			
Nome:	Coordenação de Maria de Lurdes Calisto e Rodrigo Castro (DNA)		
Correio Eletrónico:	Lurdes.calisto@eshte.pt	Horário de atendimento:	
Dados da UC	Português	Inglês	
Objetivos de Aprendizagem	<p>Esta unidade curricular (UC) tem como principal objetivo dar conhecer áreas especializadas para o desenvolvimento e crescimento de negócios em T&H no contexto atual, tais como ESG, internacionalização, inovação e gestão da qualidade.</p> <p>Os estudantes devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - refletir sobre a informação apresentada, no quadro da sua (futura) atividade empresarial; - replicar / transferir as informações apresentadas para a sua (futura) atividade empresarial; 	<p>This curricular unit (CU) has as main objective to introduce specialized areas for the development and growth of T&H businesses in the current context, such as ESG, internationalization, innovation and quality management.</p> <p>Students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reflect on the information presented, within the framework of the their (future) business activity; - replicate / transfer the information presented to the their (future) business activity; 	

<p>Conteúdos programáticos</p>	<p>Palestras por vários especialistas em ESG, internacionalização, inovação, gestão da qualidade e outros temas relevantes para o desenvolvimento e crescimento de negócios em T&H.</p>	<p>Lectures by various experts on ESG, internationalization, innovation, quality management and other topics relevant to the development and growth of T&H businesses.</p>
<p>Demonstração da coerência: conteúdos/objetivos de aprendizagem</p>	<p>Esta UC visa uma relação direta com negócios do turismo e da hospitalidade contando, para isso, com um conjunto de cinco palestras por convidados que irão apresentar os temas definidos nos conteúdos, permitindo assim aos estudantes refletir sobre os mesmos e discutir com os especialistas a aplicação a casos concretos.</p>	<p>This UC aims at a direct relationship with tourism and hospitality businesses, counting on a group of five sessions with guest speakers who will present the themes defined in the contents, thus allowing students to reflect on them and discuss with specialists the application to concrete cases.</p>
<p>Metodologia de ensino</p>	<p>A metodologia de ensino-aprendizagem desta UC baseia-se em sessões realizadas por oradores convidados, podendo recorrer a estratégias variadas: dinamização de diálogos; debates orador-discente(s) e discente-discente; <i>brainstorming</i>; análise e interpretação de infografias; estudo de casos; visionamento de apresentações e vídeos; demonstrações; atividades em grupo, entre outros.</p>	<p>The teaching-learning methodology adopted in this CU is based on sessions led by invited speakers, resorting to a wide variety of potential strategies: dialogues, debates between the speaker and the students and among students themselves; brainstorming; analysis and interpretation of infographics; case Studies; presentations and vídeos; demonstrations; group activities, among others.</p>
<p>Critérios de avaliação</p>	<p>A classificação final em regime de Avaliação Contínua resulta da ponderação dos seguintes fatores: Relatório crítico 1 (40%); Relatório crítico 2 (40%); Assiduidade e Participação (20%).</p> <p>Relatórios críticos: das cinco palestras por oradores convidados, cada discente deverá entregar dois relatórios individuais (relativos a duas das sessões a que assistiu). Participação: inclui a participação ativa do estudante nas atividades pedagógicas desenvolvidas.</p> <p>Exame Final - alunos que obtiverem classificação inferior a 10 valores.</p>	<p>The final continuous assessment results from the following assessment items: Critical report 1 (40%); Critical report 2 (40%); Attendance and Participation (20%).</p> <p>Critical reports: from the five sessions with invited speakers, each student must deliver two individual critical reports (related to two of the sessions attended). Participation: it includes the active participation of the student in the pedagogical activities developed.</p> <p>Final Exam - students who obtain grade of less than 10 values.</p>

<p>Demonstração da coerência: metodologias/objetivos de aprendizagem</p>	<p>Esta UC tem como objetivo de aprendizagem geral, aprofundar e diversificar conhecimentos relativamente à estrutura curricular do Ciclo – Desenvolvimento de Negócios em Turismo e Hospitalidade. A síntese dos conhecimentos adquiridos no decurso das diferentes sessões e o reconhecimento da sua relevância para o desempenho profissional dos estudantes, bem como a aquisição de competências práticas e capacidade de reflexão fundamentada numa relação direta com o meio empresarial, constituem os objetivos específicos desta UC.</p>	<p>This CU has the general learning goal of deepening and diversifying the knowledge related to the curricular structure of the Cycle – Business Development in Tourism and Hospitality. The specific aims of this CU include the knowledge acquired throughout the different sessions and the recognition of its relevance for students’ professional development, as well as the acquisition of practical skills and the ability to critically reflect about these topics in direct relation to highly qualified businesses.</p>
<p>Bibliografia de consulta/existência obrigatória</p>	<p>Calisto, M. L., & Sarkar, S. (2017). Innovation and corporate entrepreneurship in service businesses. <i>Service Business</i>, 11(3), 581-600.</p> <p>Franco, S., Caroli, M. G., Cappa, F., & Del Chiappa, G. (2020). Are you good enough? CSR, quality management and corporate financial performance in the hospitality industry. <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 88, 102395.</p> <p>Ionescu, G. H., Firoiu, D., Pirvu, R., & Vilag, R. D. (2019). The impact of ESG factors on market value of companies from travel and tourism industry. <i>Technological and Economic Development of Economy</i>, 25(5), 820-849.</p> <p>Song, S., & Lee, S. (2020). Motivation of internationalization and a moderating role of environmental conditions in the hospitality industry. <i>Tourism Management</i>, 78, 104050.</p>	<p>Calisto, M. L., & Sarkar, S. (2017). Innovation and corporate entrepreneurship in service businesses. <i>Service Business</i>, 11(3), 581-600.</p> <p>Franco, S., Caroli, M. G., Cappa, F., & Del Chiappa, G. (2020). Are you good enough? CSR, quality management and corporate financial performance in the hospitality industry. <i>International Journal of Hospitality Management</i>, 88, 102395.</p> <p>Ionescu, G. H., Firoiu, D., Pirvu, R., & Vilag, R. D. (2019). The impact of ESG factors on market value of companies from travel and tourism industry. <i>Technological and Economic Development of Economy</i>, 25(5), 820-849.</p> <p>Song, S., & Lee, S. (2020). Motivation of internationalization and a moderating role of environmental conditions in the hospitality industry. <i>Tourism Management</i>, 78, 104050.</p>
<p>Palavras-chave (máximo 4):</p>	<p>Turismo e Hospitalidade; ESG; Inovação; Internacionalização</p>	<p>Tourism and Hospitality; ESG; Innovation; Internationalization</p>