

<b>Atualizado a</b>	2025/10/22																															
<b>Ano Lectivo / Período</b>	2024/25 / A																															
<b>Curso</b>	Pós-Graduação - Enoturismo																															
<b>Unidade Curricular</b>	Análise Digital do Negócio do Enoturismo																															
<b>Língua de ensino</b>	Português																															
<b>ECTS/tempo de trabalho (horas)</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ECTS</th> <th rowspan="2">Total</th> <th colspan="9">Horas de contacto semestral</th> </tr> <tr> <th>T</th> <th>TP</th> <th>PL</th> <th>S</th> <th>TC</th> <th>E</th> <th>O</th> <th>OT</th> <th>EC</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>T - Teóricas; TP - Teórico-práticas; PL - Prática-laboratorial; S - Seminário; OT - Orientação tutorial; TC - Trabalho de campo; E - Estágio; EC - Ensino Clínico; O* - Outras horas caracterizadas como Ensino Clínico ao abrigo da Diretiva nº 77/453/CEE de 27 Junho adaptada pela Diretiva 2005/36/CE;</p>	ECTS	Total	Horas de contacto semestral									T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC	2	14	0	14	0	0	0	0	0	0	0
ECTS	Total			Horas de contacto semestral																												
		T	TP	PL	S	TC	E	O	OT	EC																						
2	14	0	14	0	0	0	0	0	0	0																						
<b>Docente Responsável/Carga letiva (consentido RGPD)</b> <small>[Nome completo, contacto de email]</small>	Maria Gorete Ferreira Dinis / gdinis@ipportalegre.pt																															
<b>Pré-requisitos</b> <small>[unidades curriculares que lhe devem preceder ou competências à entrada]</small>	Não tem																															
<b>Objetivos de aprendizagem</b> <small>[Descrição dos objetivos gerais e/ou específicos] [Conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes]</small>	A unidade curricular de Análise Digital do Negócio do Enoturismo tem como principal objetivo dotar os estudantes com conhecimentos sobre a análise de dados digitais, principalmente na área do turismo e do enoturismo. Pretende-se que os estudantes adquiram competências que lhe permitam atuar nas empresas ou organizações de turismo, com base em informação atualizada e relevante, ao nível da tomada de decisão na área da gestão e do marketing.																															
<b>Objetivos de Desenvolvimento Sustentável</b>	  																															
<b>Conteúdos Programáticos</b> <small>[estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]</small>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Presença online e o setor do turismo - O website e os motores de pesquisa</li> <li>Métricas e análise de dados digitais na área do turismo e enoturismo - As ferramentas google analytics e google trends</li> <li>As redes sociais e o turismo.</li> </ol>																															
<b>Metodologias de ensino (avaliação incluída)</b> <small>[indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 caracteres)</small>	<p><b>1 - Metodologias de ensino</b></p> <p>A organização da unidade curricular de Análise Digital do Negócio do Enoturismo contempla aulas teórico-práticas. As aulas assumirão um carácter misto aliando a exposição de conteúdos teóricos, de modo a disseminar alguns conhecimentos e informação científica de base, com a parte prática, onde os estudantes contactaram e poderão utilizar as ferramentas de digital analytics para aplicação dos conhecimentos adquiridos e exploração dos dados digitais dos negócios de turismo e de enoturismo.</p> <p><b>2 - Avaliação por frequência</b></p> <p>A aprovação na unidade curricular é obtida com a classificação mínima de 9,5 valores, resultante dos seguintes parâmetros de avaliação:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 Trabalho prático individual, com um peso de 85%</li> <li>- Participação, empenho e assiduidade nas aulas- 15%</li> </ul> <p><b>3 - Avaliação por Exame</b></p> <p>A aprovação na UC pode ainda ser obtida através de avaliação por exame, de acordo com os regulamentos vigentes na ESECS-IPP.</p>																															

	<p><b>1 - Bibliografia Principal</b></p> <p>Breda, Z., Costa, R., Dinis, G., &amp; Martins, A. (2020). eWOM of guests regarding their hotel experience: Sentiment analysis of TripAdvisor reviews. In C. Ramos, C. R. de Almeida &amp; P. O. Fernandes (Eds.), Handbook of research on social media applications for the tourism and hospitality sector (pp. 295-308). Hershey: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-7998-1947-9.ch017 (ISBN13: 9781799819479   ISBN10: 1799819477   EISBN13: 9781799819486).</p> <p>Dinis, G., Eusébio, C., Breda, Z. &amp; Madaleno, A. (2022) Modelling Tourism Demand Using Google Analytics: A Case Study Of Portugals Alentejo Region, Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal, Vol 12, No 1, pp. 304-336</p> <p>Dinis, M.G., Eusébio, C. &amp; Breda, Z. (2020), "Assessing social media accessibility: the case of the Rock in Rio Lisboa music festival", International Journal of Event and Festival Management, Vol. 11 No. 1, pp. 26-46. <a href="https://doi.org/10.1108/IJEFM-02-2019-0012">https://doi.org/10.1108/IJEFM-02-2019-0012</a>.</p> <p>Dinis, G, Lamy, S. &amp; Guimaraes, A. (2020). Representações do enoturismo na imprensa escrita (1998-2018) o caso do jornal Público. Gastronomia e vinhos [e-book]: contributos para o desenvolvimento sustentável do turismo: estudos de caso: Brasil e Portugal / coord. Pedro de Alcântara Bittencourt César... [et al.]. Caxias do Sul, RS: Educs, 2020.</p> <p>Dinis, G., Breda, Z., Costa, C., &amp; Pacheco, O. (2019). Google Trends in tourism and hospitality research: A systematic literature review. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 10(4), 747-763. DOI 10.1108/JHTT-08-2018-0086 (ISSN 1757-9880).</p> <p>Dinis, G., Costa, C. &amp; Pacheco, O. (2017). Aplicação da análise da Web no Turismo: o caso do Turismo do Alentejo. International Journal of Marketing, Communication and New Media 2 (Special Number Marketing and Digital Business), 67- 87. (ISSN: 2182-9306) .</p> <p>Milheiro, E., Melo, C. &amp; Dinis, G. (2018) Turismo e Redes Sociais: Uma Análise Comparativa da Comunicação das DMO no Facebook. Atas do 2º Congresso Internacional de Redes Sociais  CIReS Redes Sociais: Perspetivas e Desafios Emergentes nas Sociedades Contemporâneas, dezembro, Évora: CICS.NOVA Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais (ISBN: 978-989-99782-7-0).</p> <p>Wan, C.-S. (2002). The web sites of international tourist hotels and tour wholesalers in Taiwan. Tourism Management, 23(2), 155160. <a href="https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00048-6">https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00048-6</a></p> <p><b>2 - Bibliografia Complementar</b></p>
<p><b>Situações especiais</b> [estudantes com estatuto especial]</p>	<p><b>1 - Avaliação por frequência - Estudantes com Estatuto Especial</b></p> <p><b>2 - Avaliação por exame - Estudantes com Estatuto Especial</b></p>