

É estimulada a participação dos alunos, individualmente e em grupo, por forma a fomentar a sua iniciativa, assim como colocá-los face a desafios práticos que estimulem a sua proatividade.

MÉTODOS DE AVALIAÇÃO

De acordo com o Regulamento Escolar Interno dos Cursos de 1º Ciclo do Instituto Politécnico de Beja a avaliação será feita no regime de “avaliação contínua”.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- . ANDRÉS, A. ; CAETANO, J. & RASQUILHA, L. (2006). Gestão de Experience Marketing. Lisboa, Quimera Edições.
- . CUTLER, S. Q. & CARMICHAEL, B. (2010). The Dimensions of Tourist Experience, in Morgan, M.; Lugosi. & Ritchie, B. (eds). The Tourism and Leisure Experience. Consumer and Managerial Perspectives. London, Aspects of Tourism.
- . GILMORE, J. H. & PINE, B.J. (1999). The Experience Economy: Work is a Theater & Every Business a Stage.
- . HOLBROOK, M.B. & Hirschman, E.C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. Journal of Consumer Research, Vol. 9, Nº 2, pp. 132-140.
- . OH, H.; Fiore, A.M. & JEOUNG. M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications, Journal of Travel Research, Vol. 46, pp. 119-132.
- . WALLS, R. A.; OKUMUS, F.; WANG, W. Kwun, D.J. (2011). An Epistemological View of Consumer Experiences. International Journal of Hospitality Management, Nº 30, pp. 10-21.

Ano letivo de entrada em vigor: 2011/2012 | Data de aprovação em Conselho Técnico-Científico: 2011-05-05