

Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Designação	Dieta Atlântica: <i>storytelling</i> da gastronomia tradicional do litoral minhoto
------------	------------------------------------------------------------------------------------

Área de Formação (CNAEF) Turismo e Lazer (812)	ECTS 3	Nível EQF 6
---------------------------------------------------	-----------	----------------

	Presencial	Autónomo	TOTAL
Horas de trabalho	32	49	81

Público a que se destina	Todos os que pretendam adquirir conhecimentos, valorizar e promover a Dieta Atlântica tradicional do litoral minhoto e os seus produtos, comunicando este património gastronómico.
Vagas (se aplicável)	Mínimo e máximo – 10 e 20

1. Equipa docente/ Equipa de Formação

	nome	Email	Science ID
Responsável científico	Carlos Fernandes	cfernandes@estg.ipvc.pt	
Docentes; Formadores/as	Graciela Macedo	info@gdesignstudio.pt	

2. Resumo

Cada vez mais, os visitantes procuram experiências locais autênticas, momentos únicos e memoráveis, nos destinos e comunidades que visitam. *Storytelling* permite comunicar efetivamente histórias das comunidades locais e das suas tradições culturais - as pessoas, os usos e costumes, a comida, o vinho, a natureza, entre outros, como parte integrante da experiência baseada na gastronomia e vinhos. O curso "Dieta Atlântica: *storytelling* desta tradicional gastronomia no litoral minhoto" foi desenhado num formato presencial, estruturado em 14 sessões interativas, de 2 horas cada, asseguradas aos sábados, das 9h30 às 13h30, durante 8 semanas, para comunicar novidades aos visitantes – coisas que eles não esperavam ou confirmar o que o visitante procura.

O curso conta com a parceria da Confraria dos Gastrónomos do Minho.

3. Objetivos de aprendizagem

- 1) Refletir sobre os fundamentos da dieta atlântica
- 2) Compreender o conceito de *storytelling* / desenho de narrativas aplicado à dieta atlântica
- 3) Manter-se ao corrente das tendências do mercado, de forma a definir linhas editoriais de comunicação relevantes para a prestação de serviço excecional;
- 4) Conhecer as bases das estruturas narrativas e elementos de uma história;
- 5) Aplicar o *storytelling* na gestão do conteúdo de comunicação com os clientes;
- 6) Usar o *storytelling* para potenciar experiências memoráveis e a fidelização dos clientes;
- 7) Aplicar ferramentas digitais para a construção do texto e de narrativa;
- 8) Aplicar ferramentas digitais para a construção do texto e de narrativa para desenvolver e apresentar exercícios práticos.

4. Conteúdos

- 1) Abordagem inicial ao tema storytelling; (2h)
- 2) A importância do *storytelling* para uma estratégia de marketing bem-sucedida; (2h)
- 3) Vantagens da narração de histórias na indústria do turismo; (2h)
- 4): Contribuir para atrair e reter clientes através de serviço excecional; (2h)
- 5) Criar laços com clientes motivados por gastronomia e vinhos; (2h)
- 6) O que é contar histórias de gastronomia e vinhos; (2h)
- 7) Estrutura da narrativa e elementos de uma história (criar emoções, sensações ou sentimentos); (2h)
- 8) Ênfase na autenticidade e património do território (2h)
- 9) Aplicação prática. Desenvolver ou reformular a narrativa da marca de forma apelativa, interativa e interessante aos visitantes do espaço/negócio. (6h)
(Apresentação individual ou grupo, consoante o número de alunos)
- 10) Aplicação prática. Desenvolver comunicação online através de vídeos, áudios, grafismos, animações ou apresentações interativas, para contar a história/comunicação de autopromoção da marca. (6h)
(Apresentação individual ou grupo, consoante o número de alunos)
- 11) Criar evento de experiência gastronómico, para promoção da marca, conjugando a apresentação da narrativa de forma apelativa e distinta, com a gastronomia, tradição e uso de produtos locais (6h)
(Apresentação individual ou grupo, consoante o número de alunos)

5. Metodologias de ensino e aprendizagem

O curso começa com uma base teórico-prática (TP), utilizando os métodos expositivo, interrogativo e ativo, alinhada com o objetivo de valorizar a Dieta Atlântica como alternativa gastronómica. Estes métodos são complementados com sessões de apresentação e discussão de casos práticos, enfatizando a autenticidade e a herança cultural na narrativa, com destaque para a utilização de técnicas culinárias tradicionais, as receitas de família transmitidas de geração em geração ou a aposta na divulgação dos ingredientes locais de forma a demonstrar a ligação da unidade/do serviço às raízes culturais. As sessões práticas são desenhadas para promover a discussão contínua e reflexão, ajudando os formandos a conectar os conteúdos com os objetivos de aprendizagem, e a refletir sobre esta alternativa gastronómica.

Utilização de cozinha móvel e acesso a PC pessoal ou da Escola.

6. Avaliação

A avaliação permite a aplicação prática do aprendizado, permitindo aos formandos demonstrar competência na aplicação dos conhecimentos aprendidos, de experiência prática no uso de ferramentas digitais para a construção do texto e de narrativa para desenvolver e apresentar exercícios práticos, promovendo assim uma aprendizagem experiencial e aplicada. Desenvolver ou reformular a narrativa da marca de forma apelativa, interativa e interessante aos visitantes do espaço/negócio (25%). Desenvolver comunicação online através de vídeos, áudios, grafismos, animações ou apresentações interativas, para contar a história/comunicação de autopromoção da marca (25%). Criar evento de experiência gastronómica, para promoção da marca, conjugando a apresentação da narrativa de forma apelativa e distinta, com a gastronomia, tradição e uso de produtos locais (50%).

Assiduidade: Formando(a) que faltar a mais de 20% das sessões ficará automaticamente reprovado(a)