

### **Gestão Turística e Cultural**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 14880/2013 de 15/11/2013

### **Ficha da Unidade Curricular: Marketing Turístico**

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:30.0; TP:45.0;

Ano|Semestre: 2|S2; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 964158

Área Científica: Turismo

### **Docente Responsável**

Dina Maria Barreira Ramos

Professor Adjunto Convidado

### **Docente e horas de contacto**

Dina Maria Barreira Ramos

Professor Adjunto Convidado, TP: 45;

Éricka Maria Costa de Amorim

Professor Adjunto Convidado, T: 30;

### **Objetivos de Aprendizagem**

Após a conclusão da disciplina, o aluno deverá ser capaz de analisar e desenvolver um plano de marketing turístico; operacionalizar as ferramentas do mix de marketing; desenvolver um plano promocional para um destino turístico.

### **Conteúdos Programáticos**

Conceitos Gerais de Marketing Turístico; Procura Turística; 3. Oferta Turística; Marketing Mix; Planeamento de Marketing; Tourist Promotion

### **Conteúdos Programáticos (detalhado)**

Conceitos Gerais de Marketing Turístico; Procura Turística; 3. Oferta Turística; Marketing Mix; Planeamento de Marketing; Tourist Promotion

### **Metodologias de avaliação**

A avaliação será realizada de acordo com os seguintes parâmetros, sendo os alunos dispensados de exame com nota igual ou superior a 10 valores:

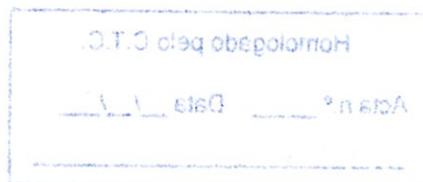
Presenças (10%)

Desempenho nas aulas (10%),

Trabalho prático (30%).

Prova escrita (50%).

### **Software utilizado em aula**



**Estágio**

N/A

**Bibliografia recomendada**

- Morrison, A. (2013). *Marketing and Managing Tourism Destinations*. (Vol. --). (pp. -----).--: Routledge  
- Kotler, P. e Bowen, J. e Makens, J. (2013). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (Vol. ---). (pp. -----).----: Prentice Hall

**Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Como proposto no objectivo da disciplina, o aluno deverá ser capaz de desenvolver um plano promocional e de marketing para os destinos assim como operacionalizar as ferramentas de marketing. Os conteúdos propostos promovem o conhecimento conceptual e teórico para que o aluno possa operacionalizar as ferramentas de marketing no contexto prático.

**Metodologias de ensino**

A uc será lecionada c aulas teóricas e teórico-práticas. As teóricas fornecirão as bases conceptuais e teóricas, dando suporte aos conteúdos práticos.As teórico-prática operacionalizarão elaboração e discussão de marketing e planos promocionais.

**Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

Os conteúdos programáticos enunciados permitem aos alunos adquirir competências e ferramentas de trabalho relacionando a teoria com a prática do marketing turístico

**Língua de ensino**

Português

**Pré requisitos**

N/A

**Programas Opcionais recomendados**

N/A

**Observações**

---

**Docente Responsável**



**Diretor de Curso, Comissão de Curso**



Eluiza bps

**Conselho Técnico-Científico**



Homologado pelo C.T.C.

Acta n.º 85 Data 18/5/16

