



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	Especialização Tecnológica em Técnicas e Gestão de Turismo Tomar - 4ª Edição	ANO LECTIVO	2013/2014
--------------	---	--------------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Promoção e Vendas
Área de Competência	Ciências Empresariais
Componentes de Formação	Tecnológica

Créditos ECTS	Tempo de Trabalho	
	Total	Contacto
2	70	55

DOCENTE INTERNO/FORMADOR		CATEGORIA
Responsável	Eunice Ramos Lopes	Prof. Adjunta
Docente	David Marques	Assistente Convidado

OBJECTIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

Compreensão dos conceitos básicos de marketing. Compreensão do marketing como instrumento e função de gestão das organizações. Conhecimento das técnicas de promoção de produtos turísticos e culturais e de destinos turísticos. Capacidade para elaborar um plano de promoção.

PROGRAMA PREVISTO PARA A UNIDADE CURRICULAR

- 1 - Conceitos básicos de marketing.
- 2 - Marketing como instrumento e função de gestão das organizações.
- 3 - Marketing estratégico e marketing operacional.
- 4 - Marketing comercial e marketing cultural.
- 5 - Marketing de produtos turísticos e culturais.
- 6 - Marketing de destinos turísticos.
- 7 - Posicionamento estratégico e segmentação de mercados.
- 8 - Construção e gestão de marcas (branding).
- 9 - Métodos e técnicas de promoção.
- 10 - Elaboração de planos de promoção.

BIBLIOGRAFIA

- Alcañiz, E.B. et. al. (2000) Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo. ESIC Editorial. Madrid;
- Kotler, P. (2005) Marketing para Turismo. 3ª ed. Pearson Education. Madrid;
- McLean, F. (1997) Marketing the Museum. Routledge. London;
- Oñate, F. M. (1994) Marketing Turístico. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A., Madrid;
- Pires, A. (1994) O que é o Marketing. Difusão Cultural. Lisboa.

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	20%
Avaliação Periódica	10%
Avaliação Final	70%

Jana Hayes