



**INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR**  
**ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR**

**CURSO**

Especialização Tecnológica em  
**Técnicas e Gestão de Turismo**  
Tomar -2ª Edição

**ANO LECTIVO**

2011/2012

**FICHA DA UNIDADE CURRICULAR**

<b>Unidade Curricular</b>	<b>Promoção e Vendas</b>
<b>Área de Competência</b>	<b>Ciências Empresariais</b>
<b>Componentes de Formação</b>	<b>Tecnológica</b>

<b>Créditos ECTS</b>	<b>Tempo de Trabalho</b>	
	<b>Total</b>	<b>Contacto</b>
<b>2</b>	<b>70</b>	<b>55</b>

	<b>DOCENTE INTERNO</b>	<b>CATEGORIA</b>
<b>Responsável</b>	Filipe Reis Ferreira	Eq. Assistente 1.º Triénio
<b>Coordenador Interno</b>	Eunice Ramos Lopes	Eq. Assistente 2.º Triénio

**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%

Filipe Reis Ferreira