



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Gestão Turística e Cultural

ANO LECTIVO

2008/2009

### FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

<b>Unidade Curricular</b>	Promoção Turística e Cultural		
<b>Área Científica</b>	Turismo		
<b>Classificação curricular</b>	Obrigatória	Ano / Semestre	2.º/2.º

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino		
		Natureza Colectiva (NC)		Orientação Tutorial (OT)
6	162	T: 35	TP: 25	OT: 15

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	Manuel Machado Reis Ferreira	Eq. Prof. Adjunto
Teóricas	Manuel Machado Reis Ferreira	Eq. Prof. Adjunto
Teórico-Práticas	Manuel Machado Reis Ferreira	Eq. Prof. Adjunto
Práticas		
Prático-Laboratorial		

### OBJECTIVOS

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

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.

## WEBGRAFIA

## CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	<p>As aulas são teóricas e teórico-práticas, sendo as matérias teóricas apoiadas pela discussão de casos práticos, com participação activa dos alunos. As práticas são na base de estudo de casos em trabalho de grupo (máximo três alunos).</p> <p>Relatórios mensais de progresso (3) e relatório final escrito e em suporte digital, a apresentar para avaliação. Será proposto um modelo de relatório pretendido.</p> <p>A escolha de um caso por cada grupo é livre, desde que se trate de um caso enquadrável no turismo ou na cultura. Será sempre sujeito a aprovação pelo professor, na medida em que é preciso verificar se contem os elementos necessários para o trabalho pretendido e se o aluno consegue acesso à informação necessária. O estudante não se deve limitar a recursos Internet, terá que obter mais informação e, de preferência, ter contacto directo com a organização.</p> <p>Os alunos que registem presença em pelo menos dois terços das aulas podem ser dispensados desse exame, através da realização de um teste escrito com nota mínima de 10 valores e da classificação do estudo de caso. O teste terá uma ponderação de 60% e o estudo de caso de 40%.</p> <p>A classificação obtida poderá ser acrescida até ao limite de um valor, em função a assiduidade e participação dos alunos nas aulas.</p>
Avaliação Periódica	
Avaliação Final	Realização de exame final escrito, sem consulta de elementos escritos ou outros.

## OBSERVAÇÕES

## HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia	Horário	Local
Terça-feira	11.00 – 13.00	Gabinete B180

