

### **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**

Éricka Maria Costa de Amorim

Professor Adjunto Convidado

#### **Docente(s)**

Éricka Maria Costa de Amorim

Professor Adjunto Convidado

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

#### **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.

#### **Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

Para desenvolver um plano de marketing o aluno deve compreender como identificar a oferta e a procura, definir o(s) objetivo(s), geral(is) e específico(s), de curto e de longo prazo, assim como avaliar o meio envolvente e definir o posicionamento, a segmentação e o marketing mix. Para saber operacionalizar o marketing mix, o aluno deve conceituar o produto, definir as políticas de preço e de distribuição, e desenvolver a base para a promoção para um produto turístico. Para desenvolver uma campanha promocional o aluno deve identificar as mensagens, os canais e a audiência do produto turístico.

#### **Conteúdos Programáticos**

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

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

1. Conceitos Gerais de Marketing Turístico;

2. Procura Turística;

2.1. Características do turista,

2.2. Determinantes da procura,

2.3. Impactos do turismo,

2.4. Processo de decisão de compra, entre outros.

3. Oferta Turística;

4. Plano de Marketing

4.1. Fases do plano de marketing (diagnóstico, análise SWOT, objetivos, estratégia, Marketing-Mix, orçamentos, controlo e atualização).

4.2. Caso de estudo em Portugal (e.g. Marketing das Cidades, Enoturismo, Marketing Sensorial etc (noções da estratégia de desenvolvimento de um plano)

**Metodologias de avaliação**

Componente teórica - ponderação de 50% e nota mínima de 7,5v. Componente prática- ponderação de 50% e nota mínimos de 10v. Os alunos com nota igual ou superior a a 10 valores ficam automaticamente dispensados de exame

**Software utilizado em aula**

N/A

**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/ou um plano de marketing assim como operacionalizar as ferramentas de marketing com aplicação prática aos produtos turísticos. 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 fornecerão 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**

A metodologia de ensino tem como objectivo promover a discussão crítica e oferecer ferramentas de trabalho apoiadas num referencial de materiais que permitam a consolidação de competências flexíveis, de acordo com o programa.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**

Ericka Maria  
Costa de  
Amorim

Assinado de forma digital  
por Ericka Maria Costa de  
Amorim  
Dados: 2018.02.20 11:56:52  
Z

**Diretor de Curso, Comissão de Curso**

Eunice Ferreira Ramos  
Lopes

Assinado de forma digital por  
Eunice Ferreira Ramos Lopes  
Dados: 2018.02.20 12:16:09 Z

**Conselho Técnico-Científico**



Assinado de forma digital  
por Célio Gonçalo Cardoso  
Marques  
Dados: 2018.05.03 17:17:21  
+01'00'



