

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

