

Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural

Mestrado, 2º Ciclo

Plano: Despacho nº 9786/2014 de 29/07/2014

Ficha da Unidade Curricular: Planeamento de Marketing

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:21.0; TP:24.0;

Ano|Semestre: 1|S1; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 36412

Área Científica: Turismo

Docente Responsável

Dina Maria Barreira Ramos, Professora Adjunta Convidada

Docente e horas de contacto

Dina Maria Barreira Ramos

Professor Adjunto Convidado, TP: 24;

Éricka Maria Costa de Amorim

Professor Adjunto Convidado, T: 21;

Objetivos de Aprendizagem

No final do curso os alunos devem ser capazes de elaborar o plano de marketing de um produto de turismo cultural, quer através da elaboração de estudos de caso, quer através do desenvolvimento de novos produtos.

Conteúdos Programáticos

Esta unidade curricular é constituída pelas seguintes conteúdos:

- Análise de Mercado
- Estudos de Mercado
- Comportamento do Consumidor e Processos de segmentação
- Posicionamento e Branding
- Marketing no turismo
- Marketing na cultura
- Marketing de serviços
- O Marketing-Mix
- O Plano de Marketing
- Gestão criativa de problemas
- Empreendedorismo cultural (orador convidado).

Conteúdos Programáticos (detalhado)

Esta unidade curricular é constituída pelas seguintes conteúdos:

- Análise de Mercado
- Estudos de Mercado
- Comportamento do Consumidor e Processos de segmentação
- Posicionamento e Branding
- Marketing no turismo

- Marketing na cultura
- Marketing de serviços
- O Marketing-Mix
- O Plano de Marketing
- Gestão criativa de problemas
- Empreendedorismo cultural (orador convidado).

Metodologias de avaliação

Avaliação através de um trabalho individual.

Exame no caso da não aprovação ou não realização do trabalho.

Software utilizado em aula

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Kotler, P. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*. London: Pearson

- Kotler, P. (2010). *Administração de Marketing*. São Paulo: Prentice Hall

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Como proposto no objetivo da disciplina, o aluno deverá ser capaz de desenvolver, num nível avançado, um plano promocional e de marketing para os destinos assim como operacionalizar as ferramentas de marketing, aplicado a um caso real. 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

Aulas teórico-práticas onde se privilegia a leitura e discussão de textos, casos práticos, documentários.

Realização de trabalhos individuais e de grupo apresentados e discutidos na sala de aula.

Leituras adicionais.

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

Não aplicável.

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável.

Observações

Bamos

Docente Responsável

Diretor de Curso, Comissão de Curso

[Signature] (Emília R. Lopes)

Conselho Técnico-Científico

[Signature] António Carlos Gonçalves

Homologado pelo C.T.C.
Acta n.º 82 Data 12/02/16
[Signature]