



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

**CURSO**

Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural

**ANO LETIVO**

2013/2014

### FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

**Unidade Curricular**

Planeamento de Marketing

**Área Científica**

Turismo

**Classificação curricular**

OBRIGATÓRIA

Ano / Semestre

1º Ano /  
1º Sem.

**Créditos ECTS**

**Horas de trabalho do aluno**

**Carga horária das sessões de ensino**

Natureza Coletiva (NC)

Orientação Tutorial (OT)

6

150

45 (21 T + 24 TP)

**DOCENTES**

**CATEGORIA**

Responsável

Éricka Amorim

Prof. Adjunta Convidada

Teóricas

Éricka Amorim

Prof. Adjunta Convidada

Teórico-Práticas

Éricka Amorim

Prof. Adjunta Convidada

Práticas

.....

.....

Prático-Laboratorial

.....

.....

### OBJETIVOS

Ao final da disciplina o aluno deverá ser capaz de:

- Compreender e operacionalizar as ferramentas de Marketing Turístico;
- Elaborar e analisar um plano de marketing turístico.

### PROGRAMA

1. Conceitos e aplicações do Marketing aplicado ao produto e destino turístico;
2. Concorrência;
3. Mercado;
4. Ambiente de Marketing;
5. Análise SWOT;
6. Elaboração do Plano de Marketing.

### BIBLIOGRAFIA

AZEVEDO, Antonio et al. City marketing – My place in XXI. Porto: Vida Economica, 2010.

CARVALHO, João. Planejamento Estratégico – o seu guia para o sucesso. Porto: Vida Económica, 2013.

KOTLER, Philip et al. Marketing for Hospitality and Tourism. International Edition: Pearson, 2010.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI. São Paulo: Futura, 1999.

OLIVERIA-BROCHADO, Ana et al. Desafios da Globalização – casos de estudo. Lisboa: Escolar editora, 2013.

PAIVA, Teresa; PROENÇA, Reinaldo. Marketing Verde. Lisboa: Actual editora, 2011.

PORTER, Michael E..Vantagem Competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Campus, 1991.

VASCONCELOS E Sá, Jorge et al. Drucker no Turismo: Criando “Battle-ready organizations”. Lisboa: Vida Económica.

#### WEBGRAPHY

<http://www2.unwto.org/>

<http://www.weforum.org/>

<http://www.undp.org/content/undp/en/hme.html>

[www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt)

#### AVALIAÇÃO

Avaliação contínua	Frequência: 50% Assiduidade e Participação em aula: 10% Seminário Individual: 10% Análise crítica de um Plano de Marketing: 30%
Avaliação periódica	Trabalhos práticos e relatórios
Avaliação final	Exame

#### OBSERVAÇÕES

#### HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Queko Amourin