



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	MESTRADO em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural	ANO LECTIVO	2011/2012
--------------	--	--------------------	-----------

Handwritten signature and initials.

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Planeamento de Marketing		
Área Científica	Turismo		
Classificação Curricular	Obrigatória	Ano / Semestre	1º/1º

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
6	150	T: 21; TP: 24	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	Fátima Pedro Inês Bettencourt da Câmara	Professora Adjunta Equiparada a Assistente de 2.º Triénio
Teóricas	Fátima Pedro Inês Bettencourt da Câmara	Professora Adjunta Equiparada a Assistente de 2.º Triénio
Teórico-Práticas	Fátima Pedro Inês Bettencourt da Câmara	Professora Adjunta Equiparada a Assistente de 2.º Triénio
Práticas		
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

Esta unidade curricular tem como principais objectivos dar aos alunos as ferramentas teóricas e práticas para poderem 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.

PROGRAMA PREVISTO

Esta unidade curricular é constituída pelas seguintes conteúdos:

- Análise de Mercado
- Estudos de Mercado
- Comportamento do Consumidor e Processos de segmentação
- Posicionamento e *Branding*: estudos de caso

- Marketing no turismo
- Marketing na cultura
- Marketing de serviços
- O Marketing-Mix
- O Plano de Marketing
- Gestão criativa de problemas
- Empreendedorismo cultural (orador convidado).

BIBLIOGRAFIA

Boniface, P.(1995). *Managing Quality Cultural Tourism*1995. Londres: Routledge
 Palmer, C. e Richards, G. (2011). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. Londres: Elsevier
 Conrado, A.(2012). *Os 8Ps do Marketing: Princípios de Marketing Digital*. Lisboa: Texto Editores
 DIONÍSIO, P.(2009). *Mercator*. Lisboa: Publicações Dom Quixote

WEBGRAFIA

Marketeer
 Briefing
 Turismo de Portugal

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	NA
Avaliação Periódica	Avaliação através de um trabalho individual.
Avaliação Final	Exame no caso da não aprovação ou não realização do trabalho.

OBSERVAÇÕES

HORÁRIO DE ORIENTAÇÃO TUTORIAL

Dia Quarta-feira

Horário 18.00-19.00

Local Gabinete

Fátima Pedro
 Luís Beltrame de Sousa