



PROGRAMA DE DISCIPLINA MARKETING DO TURISMO

INFORMAÇÕES GERAIS

Código: CSA771	Créditos: 04	Carga Horária: 60 horas- aula	Tipo: Obrigatória / Optativa
Turma: TUR502			Semestre: 2019/2
Professor: STEPHANNI GABRIELLA SILVA SUDRÉ			Matrícula: 2365834

1 EMENTA

Fundamentos da Administração de Marketing para o setor de serviços aplicados ao Turismo.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Conhecer os conceitos e as estratégias do marketing para a promoção de produtos e serviços turísticos.

2.2 Objetivos Específicos

- Promover os conhecimentos sobre os potenciais e vocações turísticas em nível municipal, estadual, regional e nacional, tendo em vista o desenvolvimento socioeconômico e impactos ambientais da região através da prática ética do Turismo;
- Capacitar os discentes para o Planejamento Estratégico de empreendimentos turísticos, roteiros de viagem e eventos.
- Desenvolver o olhar do aluno para o empreendedorismo, conhecendo seu conceito, características, contextualização e evolução turística no Brasil.

3 CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Conceitos centrais do marketing tradicional. Necessidade x desejo. Desafios do marketing no turismo no Brasil. O composto de marketing (4p's). Produto turístico e diferenças entre produto e serviço. Ciclo do produto turístico. Segmentação dos mercados de consumo. Plano de marketing turístico - fatores socioculturais e políticos. Plano de marketing digital - *Youtube*, *Facebook* e *Instagram*. Ferramentas de promoção digitais. Estratégias de inovação para a divulgação dos produtos turísticos.

4 METODOLOGIA

4.1 Ensino



O conteúdo programático da disciplina será ministrado de forma expositiva dialogada, estimulando o aluno à leitura, à pesquisa e ao debate com base em conceitos e exemplos, análise de textos, estudos de caso, estudos dirigidos e outras atividades individuais e/ou em grupos.

4.2 Avaliação

- A avaliação 1 será da soma de um trabalho escrito e seminário apresentado.
- Avaliação 2 será através de uma prova individual escrita.

Item avaliativo	Valor	Peso
Trabalho	5,0 + 5,0	10,0
Prova	10,0	10,0
Total	10,0	10,0

5 BIBLIOGRAFIA

5.1 Básica

COBRA, Marcos. **Marketing de turismo**. São Paulo: Marcos Cobra, 2005.
MARQUES, Maria Olinda. **Turismo e marketing turístico**. Lisboa, CETOP, 2005.
MATHEUS, Zilda Maria. **Marketing e turismo**. São Paulo: Anhembi, 2002.

5.2 Complementar

TRIGUEIRO, Carlos Meira. **Marketing e turismo: como planejar e administrar**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.
ZARDO, Eduardo Flavio. **Marketing aplicado ao turismo**. São Paulo: Roca, 2003.
WAINBERG, Jacques. **Turismo e Comunicação – a indústria da diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.

Profª Msc. Stephanni Gabriella Silva Sudré
Matrícula 2365834