

(EC)

FORMULÁRIO Nº 13 – <i>ESPECIFICAÇÃO DA DISCIPLINA/ATIVIDADE</i>			
CONTEÚDO DE ESTUDOS			
MARKETING PARA EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS	CÓDIGO	CRIAÇÃO (X)	
MARKETING DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS	STT00205	ALTERAÇÃO: NOME () CH ()	
DEPARTAMENTO/COORDENAÇÃO DE EXECUÇÃO: TURISMO			
CARGA HORÁRIA TOTAL: 60 HORAS	TEÓRICA:	PRÁTICA:	ESTÁGIO:
DISCIPLINA/ATIVIDADE: OBRIGATÓRIA (X)		OPTATIVA () AC ()	
OBJETIVOS DA DISCIPLINA/ATIVIDADE:			
OBJETIVOS:			
APRESENTAR OS FUNDAMENTOS DO MARKETING E DISCUTIR AS APLICAÇÕES DA GESTÃO DE MARKETING AOS EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS.			
DESCRIÇÃO DA EMENTA:			
<p>HISTÓRIA DO MARKETING E SUA FUNÇÃO NA GESTÃO EMPRESARIAL. FUNDAMENTOS DE MARKETING: CONCEITUAÇÃO, ORIENTAÇÕES DA ADMINISTRAÇÃO E ESTADOS DA DEMANDA. A EVOLUÇÃO DO MARKETING: DE PRODUTOS PARA SERVIÇOS E EXPERIÊNCIAS; CRIAÇÃO DE VALOR; MARKETING DE RELACIONAMENTO. IMPACTOS DAS NOVAS TECNOLOGIAS DIGITAIS NA GESTÃO DO MARKETING. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS E DESAFIOS DO MARKETING EM EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS, QUALIDADE PERCEBIDA E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE SERVIÇOS. PLANO DE MARKETING: ANÁLISE DO AMBIENTE DE MARKETING, DECISÕES INTEGRADAS DE MARKETING, ELEMENTOS E ESTRUTURA DO PLANO DE MARKETING. ESTRATÉGIAS DE MARKETING: ABORDAGENS ESTRATÉGICAS; TIPOS DE COMPETIÇÃO; AVALIAÇÃO DA CONCORRÊNCIA. SISTEMA DE INFORMAÇÕES DE MARKETING E PESQUISA DE MERCADO. COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR: INFLUÊNCIAS INTERNAS E EXTERNAS, TENDÊNCIAS E NOVAS EXIGÊNCIAS DO CONSUMIDOR DE TURISMO. SEGMENTAÇÃO DE MERCADO E POSICIONAMENTO COMPETITIVO. LANÇAMENTO E GESTÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS; CICLO DE VIDA DOS PRODUTOS. REDES DE DISTRIBUIÇÃO: ESTRATÉGIAS DE DISTRIBUIÇÃO EM TURISMO; DESAFIOS E TENDÊNCIAS. ESTRATÉGIAS DE PREÇOS: PERCEPÇÃO DE VALOR E COMPORTAMENTO DO COMPRADOR. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DE MARKETING E MARKETING DIGITAL. GESTÃO DE MARCAS.</p>			
BIBLIOGRAFIA BÁSICA:			
KOTLER, P.; KELLER, K. L. ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING; 12ª. EDIÇÃO. SÃO PAULO: PEARSON PRENTICE HALL, 2006.			
MIDDLETON, VICTOR T. C.; CLARKE, JACKIE. MARKETING DE TURISMO: TEORIA E PRÁTICA. RIO DO JANEIRO: EDITORA. CAMPUS, 2002.			
MORRISON, ALASTAIR M.. MARKETING DE HOSPITALIDADE E TURISMO. CENGAGE LEARNING, 2012.			
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:			
COOPER, CRIS; FLETCHER, J.; FYALL, A.; GLIBERT, D.; WANHILL, S. TURISMO – PRINCÍPIOS E PRÁTICAS. 3ª EDIÇÃO. PORTO ALEGRE: BOOKMAN, 2007.			
CHIAS, JOSEP. TURISMO, O NEGÓCIO DA FELICIDADE. SÃO PAULO: EDITORA SENAC. 2007.			
KOTLER, PHILIP; GERTNER, DAVID; REIN, IRVING; HAIDER, DONALD H. MARKETING DE LUGARES: COMO CONQUISTAR CRESCIMENTO DE LONGO PRAZO NA AMÉRICA LATINA E NO CARIBE. SÃO PAULO: PRENTICE HALL BRASIL, 2006.			
SWARBROOKE, JOHN; HORNER, SUSAN. CONSUMER BEHAVIOR IN TOURISM. OXFORD, UK: BUTTERWORTH-HEINEMANN, 2007			

ZEITHAML, VALARIE A; BITNER, MARY JO. MARKETING DE SERVIÇOS: A EMPRESA COM FOCO NO
CLIENTE. PORTO ALEGRE: BOOKMAN, 2003.

COORDENADOR

CHEFE DE DEPTO/COORDENADOR

DATA ____/____/____

DATA ____/____/____

Outubro/2014