UNIDADE: FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - FCS

DEPARTAMENTO: RELAÇÕES PÚBLICAS

DISCIPLINA: MARKETING TURÍSTICO

CH TOTAL 60	**CRÉDITOS** 4	**CÓDIGO** FCS02-11440

Característica:	**Cursos: Turismo**
[x] **Obrigatória**	
[ ] **Eletiva restrita**	
[ ] **Eletiva definida**	
[ ] **Eletiva universal**	

Carga Horária:		**Distribuição de carga horária da disciplina:**		
		Tipo de aula:	**Semanal**	**Semestral**
do Aluno	**do Professor**	**Teórica**	**4**	**60**
		Prática		
60 **H**	60 **H**	**Laboratório**		
		Estágio		
		Total	**4**	**60**

Objetivos:

Apresentar os conceitos básicos da administração de Marketing, levando o aluno a aplicá-los na gestão e operação dos sistemas, serviços e produtos turísticos.

Conceitos de outras disciplinas necessários para a aprendizagem desta disciplina:

Pré-requisito(s) sugerido(s):	**Código:**
Pré-requisito:	**Código:**

Ementa:

O conceito de marketing; orientações da administração. Fundamentos: estados da demanda; o sistema de marketing. A evolução do marketing: serviços; experiência; criação de valor; o novo cliente. Evolução do Mercado de Turismo; características específicas e desafios do marketing em turismo. Novas tendências: marketing na internet e marketing de relacionamento. Estratégia de marketing; elementos do plano de marketing; decisões integradas de marketing turístico. Análise do ambiente de marketing. Segmentação de mercado e Posicionamento competitivo. Implementação e controle do programa de marketing. Marketing turístico no setor Público: organização de campanhas promocionais, novas aplicações e desafios.

INSTRUMENTOS DE ACOMPANHAMENTO E AVALIAÇÃO:

Exercícios individuais para nota e uma prova.

Bibliografia (Clássica / Básica da área):

AMBROSIO, Vicente. *Plano de Marketing Passo A Passo*. Editora: Reichmann e Autores

FERREL, O.C.; HARTLINE, Michael D.; LUCAS, George H.; LUCK, David. *Estratégia de Marketing*. Ed. Atlas.

MCDONALD, Malcom. *Planos de Marketing: Como Criar e Implementar* Planos Eficazes. Ed Campus.

PETROCCHI, Mario. *Marketing Para Destinos* Turísticos. Ed Futura.

MIDDLETON, Victor T. C.; Clarke, Jackie. *Marketing de Turismo*: Teoria e Pratica. Ed. Campus

KOTLER, P. *Administração de Marketing*; 12ª. Edição, Prentice Hall

SHETH, Jagdish; ESHGHI, Abdolreza; KRISHNAN, Balaji C. *Marketing na internet*. Editora: BOOKMAN

SLONGO, Luiz Antonio; LIBERALI, Guilherme. *Marketing de Relacionamento: Estudos, Cases e Proposiçoes de Pesquisa*. Ed. Atlas

Professor proponente		**Chefe do Departamento**		**Diretor**	
Data	**Assinatura/matr.**	**Data**	**Rubrica**	**Data**	**Rubrica**