UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

FORMULÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

[X] CRIAÇÃO [ ] ALTERAÇÃO

UNIDADE: INSTITUTO DE GEOGRAFIA				
DEPARTAMENTO: TURISMO				
DISCIPLINA: Segmentação do mercado turístico: estratégias, produtos e comercialização				
MODALIDADE DE ENSINO: [X] **PRESENCIAL** [ ] **SEMIPRESENCIAL** [ ] **A DISTÂNCIA**				
CH TOTAL	**ALUNO**	**PROFESSOR**	**CRÉDITOS: 04**	**CÓDIGO: IGEOG03-12502**
	60			

STATUS	**CURSO(S) / HABILITAÇÃO(ÕES) / ÊNFASE(S):**
[ ] **OBRIGATÓRIA**	
[x] **ELETIVA RESTRITA**	**TURISMO - BACHARELADO**
[ ] **ELETIVA DEFINIDA**	
[ ] **ELETIVA UNIVERSAL**	

TIPO DE APROVAÇÃO: [ ] **FREQUÊNCIA** [X] **FREQUÊNCIA E NOTA**

QUADRO DE DISTRIBUIÇÃO DE CARGA HORÁRIA / CRÉDITO

TIPO DE AULA	CRÉDITO	CH SEMANAL	CH TOTAL
TEÓRICA	4		60
PRÁTICA/Trab. Campo			
LABORATÓRIO			
ESTÁGIO			
TOTAL	4		60

OBJETIVO(S):

Compreender e identificar conceitos relativos à segmentação do mercado turístico. Analisar a estrutura, o processo e a dinâmica da segmentação do mercado turístico a partir do estudo de casos. Compreender, identificar e elaborar estratégias de criação de produtos a partir da segmentação do turismo.

EMENTA:

Segmentação do mercado no turismo: conceito e importância. Mercado turístico: composição e competitividade. Segmentação do mercado para o turismo – classificações. Estratégias para a criação de produtos turísticos a partir da segmentação. Distribuição e comercialização de produtos turísticos segmentados: o caso dos clubes de produtos e bureaux de comercialização. Segmentos do mercado turístico: panorama e tendências.

PRÉ-REQUISITO 1:	**CÓDIGO:**
PRÉ-REQUISITO 2:	**CÓDIGO:**
CÓ-REQUISITO	**CÓDIGO**
PRÉ-CÓ-REQUISITO	**CÓDIGO**

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

FORMULÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

TRAVA DE CRÉDITOS:	
DISCIPLINA(S) CORRESPONDENTE(S)	**CÓDIGO(S)**

BIBLIOGRAFIA:

ANSARAH, M.G.R. Turismo e segmentação de mercado: novos segmentos. In: TRIGO, L.G.G. *Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005.

KARSAKLIAN, E. *Comportamento do Consumidor*. Ed. Atlas: São Paulo, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Segmentação do turismo: experiências, tendências e inovações: caderno de artigos Acadêmicos*. Brasília: Publicação do MTur, 2010.

____. *Segmentação do turismo e o Mercado*. Brasília: Publicação do MTur, 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO; ICBC, INSTITUTO CASA DO BRASIL CULTURA. *Destinos referência em segmentos turísticos*. Goiânia, 2010.

MONTEJANO, J.M. *Estrutura do mercado turístico*. São Paulo: Roca, 2001.

PANOSSO NETO, Alexandre, ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. São Paulo: Manole, 2009.
De ROSE, Alexandre Turatti. Planejamento e Marketing. São Paulo: Manole, 2002.
WEINSTEIN, A. *Segmentação de Mercado*. Ed. Atlas: São Paulo, 1995

SITUAÇÕES ESPECIAIS

PERMITE SITUAÇÃO "EM PREPARO" DE ACORDO COM A DELIBERAÇÃO 27/03: [ ] **SIM** [X] **NÃO**

PERMITE MAIS DE UM DOCENTE: [X] **SIM** [ ] **NÃO**

PERMITE HORÁRIOS INCOMPLETOS NO PT: (TUTORIA OU ORIENTAÇÃO) [ ] **SIM** [X] **NÃO**

CONCOMITÂNCIA DE HORÁRIOS: [ ] **SIM** [X] **NÃO**

PODE SER OFERECIDA COMO DISCIPLINA ISOLADA: [X] **SIM** [ ] **NÃO**

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

FORMULÁRIO DE IDENTIFICAÇÃO DA DISCIPLINA

PROFESSOR PROPONENTE	
DATA	**ASSINATURA / MATRÍCULA / CARIMBO**

OBS: Segundo o Parágrafo Único do Artigo 57 da Deliberação 33/95, a unidade de crédito corresponde a 15h de aulas teóricas ou 30h de prática, laboratório ou estágio.