



Escola Superior de Tecnologia
e Gestão de Viseu
A melhor Escola para os
melhores Alunos



Início | Escola ▼ | Estudar ▼ | Ligação ao Exterior ▼ | Investigação ▼ | Internacional ▼ | Viver ESTGViseu ▼ | | | Pesquisar...

Agenda

« Setembro 2020 »

D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Portal Académico

Moodle@ESTGV

Avaliação e Qualidade

IPV

Provedor do Estudante

Publicitação Institucional

Publicitação de Atos
Plano de Gestão de Riscos
de Corrupção e Infrações
Conexas

Ficha Da Unidade Curricular

Informações Gerais

Ano Letivo	201920								
Unidade Curricular	Marketing Turístico								
Código	602								
Departamento/área responsável	Management Department								
Área científica	Marketing								
ECTS	6								
Ano curricular	2								
Semestre curricular	2º Semestre								
Regime de frequência	Obrigatório								
Docentes	Joaquim Gonçalves Antunes								
Frequência como disciplina isolada?	Não								
Horas de contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	
	-	58,5	-	-	-	-	-	-	
	T - Teórico; TP - Teórico-Prático; PL - Prática e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outras;								
Tempo total de trabalho (horas)	159								



Oferta Formativa

Licenciaturas
Mestrados
CTeSP
Pós-Graduações
Erasmus Students
Disciplinas Isoladas
Outras Formações

Candidaturas

Departamentos/Área

Serviços Académicos

Serviços Informática

Biblioteca

Redes Sociais
Facebook e Google+

ESTGV no Facebook

ESTGV no

Objetivos / Competências

Os principais objetivos da unidade curricular de Marketing Turístico assentam na aprendizagem de conhecimentos por parte do aluno de modo a:

- Perceber a evolução do conceito de marketing turístico e identificar as vantagens da sua adoção nas organizações relacionadas com o turismo;
- Apreender e utilizar técnicas de pesquisa qualitativa, com objetivos exploratórios, e desenvolvimento de estudos quantitativos, no mercado específico do turismo, através do uso de um conjunto de métodos estatísticos para análise de dados.
- Descrever, classificar e analisar as estratégias e ações que, a partir da análise de mercado e do seu meio envolvente e utilizando os instrumentos do marketing turístico, as organizações podem levar a cabo a fim de alcançar os objetivos propostos;
- Perceber o ciclo de planeamento, organização, implementação e controlo em marketing turístico;
- Compreender e aplicar a gestão do marketing relacional no desenvolvimento de produtos e organizações turísticas.

Conteúdos programáticos resumidos

Metodologias de ensino e critérios de avaliação

Bibliografia resumida

Início | Escola | Estudar | Ligação ao Exterior | Investigação | Internacional | Viver ESTGViseu

Contatos ▼

