



**UFPE**  
**PROACAD**  
**DCA**

**CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

**PROGRAMA DE DISCIPLINA**

DADOS DA DISCIPLINA		CR. HORÁRIA SEMANAL		Nº DE CAR. HOR.	
CÓDIGO	NOME	TEÓRICA	PRÁTICA	CRÉDITOS	GLOBAL
AD 376	MARKETING TURÍSTICO	4	0	4	60

PRÉ-REQUISITOS

AD284 Fundamentos de Marketing

CÓ-REQUISITOS

### EMENTA

O marketing na atividade turística, importância e procedimentos básicos. O papel de cada um dos agentes interatuantes no processo de comercialização do produto turístico. Estudos de casos e situações reais da aplicação do marketing turísticos; A formulação de planos de marketing turísticos.

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Princípios, Objetivos e Atividades do Marketing Turístico
  - 1.1 Definições e conceitos do marketing turístico
  - 1.2 Princípios do marketing turístico
  - 1.3 Objetivos do marketing turístico
  - 1.4 Atividades do marketing turístico
  - 1.5 Marketing mix
2. Características do Marketing Turístico
  - 2.1 Intangibilidade
  - 2.2 Inseparabilidade
  - 2.3 Variabilidade
  - 2.4 Peresibilidade
3. Métodos de Pesquisa de Marketing Turístico
  - 3.1 Objetivos das pesquisas de marketing turístico
  - 3.2 Método secundário da pesquisa de marketing turístico
  - 3.3 Método primário da pesquisa de marketing turístico
  - 3.4 Contribuição da pesquisa nas decisões de marketing turístico
  - 3.5 Apresentação dos resultados da pesquisa de marketing turístico
4. Comunicação de Marketing
  - 4.1 Anúncios
  - 4.2 Relações públicas
  - 4.3 Promoções de vendas
  - 4.4 Vendas pelos correios
  - 4.5 Vendas personalizadas
  - 4.6 Comunicações diretas de marketing
  - 4.7 Avaliação e comparação da campanha de marketing
5. Plano de Marketing Turístico
  - 5.1 Objetivos da empresa
  - 5.2 O ambiente de marketing
  - 5.3 Objetivos de Marketing
  - 5.4 Métodos da pesquisa de marketing turístico
  - 5.5 Métodos de comunicação de marketing turístico
  - 5.6 Implementação do plano de marketing turístico
  - 5.7 Avaliação do plano de marketing turístico
  - 5.8 Apresentação do plano de marketing turístico

### Bibliografia Básica

Cobra, Marcos. - *Marketing Básico: uma perspectiva brasileira*. São Paulo: Atlas, 1985.

Cooper, C.; Fletcher, J.; Gilbert, D e Wanhill, S. – *Tourism, Principles and Practice*. London: Prentice Hall, 1996.

Kotler, P. e Armstrong, G. - *Princípios de Marketing*. Rio de Janeiro: Prentice Hall, 1998.

McIntosh, R. W.; Goeldner, C. R. e Ritchie, J. R. – *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. London: John Wiley, 1995.

Oxford GNVQ. - *Advanced Leisure and Tourism*. England: Oxford University Press, 1997.



---

*Emitido em 19/04/2022*

**EMENTA Nº 797/2022 - DEPHT (11.34.29)**

**(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)**

*(Assinado digitalmente em 20/04/2022 15:08 )*

**LUIS HENRIQUE DE SOUZA**

*COORDENADOR*

*1666191*

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:  
**797**, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **19/04/2022** e o código de verificação: **2a91526325**