



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



Área do Utilizador



[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](#)

[Contactos](#)

