

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

NOME DA DISCIPLINA: MARKETING (CAD 078)

CARÁTER DA DISCIPLINA: Obrigatório Opcional Eletivo

NÚMERO DE CRÉDITOS: 4 créditos

PRÉ-REQUISITO(S): Não há pré-requisito

EMENTA DA DISCIPLINA: Conceitos de Marketing Turístico. Planejamento Estratégico e de Marketing. O Ambiente Turístico e de Hospitalidade. Segmentação e Comportamento do Consumidor. O Marketing Mix Turístico e de Hospitalidade. O Produto e Serviço Turístico e de Hospitalidade. Preços e Custos. Distribuição e Logística. O Composto Promocional no Marketing do Turismo. Marketing de Relacionamento.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

GRADUAÇÃO

PÓS-GRADUAÇÃO

1. CONCEITOS DE MARKETING TURÍSTICO.

- 1.1. O que é Marketing?
- 1.2. Administração de Marketing.
- 1.3. Filosofias de Administração de Marketing.
- 1.4. Tendências do Marketing.

2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E DE MARKETING.

- 2.1. Conceitos.
- 2.2. Planejamento do Portfólio de Negócios.
- 2.3. O Processo de Marketing.
- 2.4. Administração do Esforço de Marketing.

3. O AMBIENTE TURÍSTICO E DE HOSPITALIDADE.

- 3.1. O Ambiente Turístico.
- 3.2. O microambiente – Variáveis controláveis.
- 3.3. O macroambiente – Variáveis incontroláveis.
- 3.4. Inter-relação entre Turismo e Meio Ambiente.

4. SEGMENTAÇÃO E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR.

- 4.1. Bases para Segmentação dos Mercados de Consumo.
- 4.2. Identificação do Público-Alvo e Posicionamento.
- 4.3. Modelo de Comportamento do Consumidor.
- 4.4. Papéis dos Consumidores.
- 4.5. Tipos de Comportamento de Compra.
- 4.6. O Processo de Decisão do Comprador.

5. O MARKETING MIX TURÍSTICO E DE HOSPITALIDADE.

- 5.1. Conceitos, características e importância.
- 5.2. Os 4 P's: Produto, Preço, Praça e Promoção.

6. O PRODUTO E SERVIÇO TURÍSTICO E DE HOSPITALIDADE.

- 6.1. Mix do Produto Turístico.

7. PREÇOS E CUSTOS.

- 7.1. O conceito de Preço.
- 7.2. Estratégias de Fixação de Preços.

8. DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA.

- 8.1. A natureza dos canais de distribuição.
- 8.2. Comportamento e organização do Canal.
- 8.3. Decisões do Gerenciamento do Canal.
- 8.4. Gerenciamento da Logística.

9. O COMPOSTO PROMOCIONAL NO MARKETING DO TURISMO.

- 9.1. Propaganda.
- 9.2. Relações Públicas e Publicidade.
- 9.3. Promoção de Vendas.
- 9.4. Marketing Direto.
- 9.5. Venda Pessoal.

10. MARKETING DE RELACIONAMENTO.

- 10.1. Qualidade, Valor e Satisfação.
- 10.2. Ferramentas e Estratégias de Atendimento e Melhoria Contínua.