



Universidade federal de Juiz de Fora  
Instituto de Ciências Humanas  
Departamento de Turismo  
Curso de Bacharelado em Turismo



<b>NOME DA DISCIPLINA</b> <b>MARKETING E TURISMO</b>		<b>CÓDIGO DA DISCIPLINA</b> <b>TUR083</b>	
<b>CARÁTER DA DISCIPLINA</b>	<b>OBRIGATÓRIO (X)</b> <b>ELETIVO</b> <b>OPCIONAL</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>	<b>TEÓRICA (60h )</b> <b>PRÁTICA (Não se aplica)</b>

**EMENTA:**

A disciplina de marketing e turismo está organizada para fundamentar os conceitos e práticas do marketing nas organizações e no turismo. Inicialmente, são apresentados os principais conceitos, fundamentos e processos de marketing, e a seguir, ampliam-se os conhecimentos mais aplicados da disciplina, onde os conteúdos de marketing estratégico, através de análise ambiental, segmentação de mercado, composto de marketing, marketing digital e marketing de serviços são abordados e aplicados ao turismo de maneira geral.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

Observação: Essa disciplina será conduzida, preferencialmente, de forma assíncrona.

- 1 Administração mercadológica
  - 1.1 O que é marketing?
  - 1.2 Conceitos centrais
  - 1.3 Valor e satisfação para o consumidor
  - 1.4 Falácias em marketing
- 2 Análise do macroambiente
  - 2.1 Necessidades e tendências
  - 2.2 Ambiente demográfico
  - 2.3 Ambiente econômico
  - 2.4 Ambiente sociocultural
  - 2.5 Ambiente natural
  - 2.6 Ambiente tecnológico
  - 2.7 Ambiente político-legal
- 3 O mix de marketing industrial (os 4 P's de marketing)
  - 3.1 Produto
  - 3.2 Preço
  - 3.3 Praça ou distribuição
  - 3.4 Promoção
- 4 Marketing de serviços
  - 4.1 O que é?
  - 4.2 Qual a diferença para o marketing industrial?
  - 4.3 P's de apresentação e pessoas
  - 4.4 Qualidade em serviços e marketing
- 5 E-marketing
  - 5.1 Engajamento dos clientes na mídia social
  - 5.2 Compra de espaço na mídia digital
- 6 Marketing e turismo
  - 6.1 Marketing do destino: a segmentação da demanda turística
  - 6.2 O patrimônio cultural como atrativo turístico

- 6.3 Turismo alternativo e desenvolvimento sustentável de parques nacionais
- 6.4 O turismo arqueológico como segmento turístico
- 6.5 Turismo sexual no Brasil: gênese, institucionalização e dilemas

## 7 Pesquisa de marketing turístico

- 7.1 O método survey de pesquisa
- 7.2 Elaboração de questionários e formulários

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

NETTO, A. P.; ANSARAH, M. G. R. **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado**: planejamento, criação e comercialização. São Paulo: Manole, 2015 (e-book biblioteca uff)

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Administração de marketing**. Rio de Janeiro: Atlas, 2019 (e-book biblioteca uff)

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**: como criar valores e experiências positivas aos clientes. Rio de Janeiro: Atlas, 2019 (e-book biblioteca uff)

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

LIMA, A. P. L. De. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro : Sagah, 2020 (e-book biblioteca uff)

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Ed.). **Segmentação do mercado turístico** : estudos, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2009 (e-book biblioteca uff)

RÉVILLION, Anya Sartori Piatnicki. **Marketing digital**. Rio de Janeiro SAGAH 2020 (e-book biblioteca uff)

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. 7. Porto Alegre: Bookman, 2019 (e-book biblioteca uff)

### AValiação:

- Uma avaliação escrita: totalizando 40 pontos
- Trabalhos individuais e em grupo: 15 pontos
- Seminário: 15 pontos
- Trabalho final: 30 pontos