



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO – UNIRIO**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS**  
**ESCOLA DE TURISMOLOGIA**  
**DEPARTAMENTO DE TURISMO E PATRIMÔNIO**

**PROGRAMA DE DISCIPLINA**

**CURSO:** Turismo

**DEPARTAMENTO:** Turismo e Patrimônio

**DISCIPLINA:** Marketing Turístico

**CARGA HORÁRIA:** 60h/a

**CÓDIGO:** HTP0051

**NÚMERO DE CRÉDITOS:** 4 créditos teóricos.

**EMENTA:**

Marketing: conceitos, evolução e características do marketing de serviços. Marketing e o sistema de Turismo. Variáveis fundamentais para análise da demanda turística e segmentação do mercado. O composto de marketing em turismo. Planejamento, desenvolvimento e distribuição de produtos turísticos. Comportamento do consumidor no turismo. Marketing em empresas e empreendimentos turísticos – estudo de casos e tendências. turísticos.

**PRÉ-REQUISITOS:**

Não se aplica

**CO-REQUISITOS:**

Não se aplica

**OBJETIVOS DA DISCIPLINA:**

- Proporcionar ao discente leituras plurais e atualizadas acerca dos fenômenos cinematográficos e sua possível associação e aproveitamento para a elaboração de roteiros turísticos.
- Levar o discente à prática da leitura e da elaboração de roteiros a partir da vivência visual de cenários cinematográficos e composição da tipologia das personagens.
- Possibilitar ao discente o conhecimento e a articulação dos conceitos básicos do Turismo para a composição de leituras instrumentalizadas e direcionadas para destinos cinematográficos, tomando como exemplo produções que permitem estes tipo de abordagem, incluindo, além da diversidade fílmica, as telenovelas e minisséries.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:**

1. Introdução ao Marketing e ao Marketing Turístico
2. Marketing Turístico: características e exemplificações
3. Marketing Turístico e Marketing de Serviços
4. Marketing Turístico e Marketing de Produtos
5. Planejamento, desenvolvimento e distribuição de produtos turísticos
6. Comportamento do consumidor no turismo
7. Estudos de casos e tendências: marketing em empresas e empreendimentos turísticos

**METODOLOGIA:**

Aulas expositivas.  
Exibição de filmes, documentários, entrevistas / debates  
Seminários / Debates

**AVALIAÇÃO:**

- Trabalhos individuais e/ou em grupos
- Elaboração de análise e avaliação de empreendimentos, serviços e/ou produtos com emprego da Tabela SWOT

**BIBLIOGRAFIA:**

.

**Bibliografia Básica**

BARROS, Claudius D'Artagnan C de. *Excelência em serviços: uma questão de sobrevivência no mercado*. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualymark, 1999.

BELTRÃO, Otto di. *Turismo: a indústria do século XXI*. Osasco, SP: Novo Século, 2001.

**Bibliografia Complementar**

BIGNAMI, Rosana. *A imagem do Brasil no turismo: construção, desafios e vantagem competitiva*. São Paulo: Aleph, 2002.

RUSCHMANN, Doris van de Meene. *Marketing Turístico: um enfoque promocional*. 2. ed. Campinas, SP: Papyrus, 1990.

MELGAR, Ernesto. *Fundamentos de planejamento e marketing em turismo*. São Paulo: Contexto, 2001.

Obs.: serão utilizados os Planos de Marketing do Ministério do Turismo, intitulados Plano Aquarela de 2003/2006; 2007/2010 e 2020; também será utilizado o Plano Cores do Brasil. Todos estão disponíveis do endereço: [http://www.turismo.gov.br/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/cadernos\\_publicacoes/06planos\\_mkt.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/06planos_mkt.html), no sítio do Ministério do Turismo.

**Assinatura do Professor Responsável ou Ministrante:**

Profa. Dra. Izabel Cristina Augusto de Souza Faria  
SIAPE 1997686