



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
MARKETING TURÍSTICO

Ano Lectivo 2024/2025

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

GESTÃO DO TURISMO

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

MARKETING TURÍSTICO (V2118)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

2º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

Aulas Teóricas:	
Aulas Práticas:	
Aulas Teórico-Práticas:	30,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos ECTS

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora ANA MARGARIDA SILVESTRE GRAÇA

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Desenvolver competências e capacitar os alunos para criarem e implementarem estratégias em produtos ou serviços e destinos turísticos, promovendo a análise e segmentação de mercado, orientando-os na elaboração do plano de marketing e na gestão de campanhas de divulgação, estimulando a criatividade e inovação para enfrentarem os desafios do mercado de trabalho, proporcionando assim, uma abordagem prática e teórica integrada orientada para as necessidades e oportunidades do mercado de trabalho.

15. Objetivos Específicos

Proporcionar o domínio de conceitos sobre marketing aplicados ao turismo, capacitando os alunos no domínio da análise do comportamento do consumidor e na aplicação de técnicas de investigação de mercado para desenvolver produtos ou serviços turísticos, fomentando a capacidade de criar estratégias de comunicação através da utilização das ferramentas de marketing digital, transmitindo técnicas de gestão de campanhas neste setor.

16. Competências a adquirir

Compreender e aplicar os fundamentos de marketing aplicados ao turismo, sabendo como segmentar o mercado e posicionar os destinos turísticos, desenvolvendo competências de análise e técnicas para criar e gerir produtos e serviços turísticos. Serão capazes de elaborar e implementar estratégias de comunicação, planeamento e gestão de campanhas, garantindo a eficácia das ações implementadas, preparando-os para enfrentarem os desafios do mercado de trabalho no setor do turismo.



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

17. Metodologia de Ensino

Utilizar-se-ão em articulação sistemática os métodos expositivo e activo-interrogativo, combinando aulas teóricas expositivas com debates interativos, seminários, visita de estudo e sessões práticas de desenvolvimento de trabalhos e estudo de casos reais, garantindo a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos, promovendo uma aprendizagem integrada e orientada para o mercado.

18. Conteúdos Programáticos



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

1. Introdução ao Marketing Turístico
 - 1.1 Conceitos e evolução do Marketing Turístico
 - 1.2 Diferenças entre Marketing e Marketing Turístico
 - 1.3 7 P's do Marketing no contexto do Turismo
2. Segmentação de Mercado e posicionamento
 - 2.1 Técnicas de segmentação de Mercado no Turismo
 - 2.2 Estratégias de posicionamento e diferenciação de produtos, serviços e destinos turísticos
3. Comportamento do Consumidor
 - 3.1 Fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos que influenciam o comportamento do cliente/consumidor
 - 3.2 Buyer Persona
4. Pesquisa de Mercado
 - 4.1 Métodos e Técnicas de Pesquisa de Mercado
 - 4.2 Recolha, análise e interpretação de dados
 - 4.3 Análise PEST aplicada ao Turismo
5. Desenvolvimento e Gestão de Produtos Turísticos
 - 5.1 Criação e inovação de produtos turísticos
 - 5.2 Gestão do ciclo de vida do produto
 - 5.3 Processo criativo
6. Comunicação e Promoção
 - 6.1 Estratégias de comunicação
 - 6.2 E-mail, Vídeo e Social Media Marketing
7. Distribuição e Preço
 - 7.1 Canais de Distribuição e Estratégias de Pricing
 - 7.2 Parcerias e Redes de distribuição
 - 7.3 Direct Marketing
8. Marketing Digital aplicado ao Turismo
 - 8.1 Fundamentos e ferramentas de Marketing Digital
 - 8.2 SEO, SEM, redes sociais e análise de desempenho
 - 8.3 Inbound vs. Outbound Marketing
 - 8.4 Inteligência Artificial aplicada ao Marketing Turístico
 - 8.5 Matriz de Marketing de Conteúdos para PME's
9. Plano de Marketing
 - 9.1 Componentes do Plano de Marketing
 - 9.2 Método Golden Circle
 - 9.3 Marketing Relacional e SPARK Marketing
 - 9.4 Sales Funnel e Bounce Rate
 - 9.5 Análise de campanhas de Marketing Turístico

19. Métodos de Avaliação

1. Dois testes escritos obrigatórios
 2. Assiduidade, participação e intervenção oral
 3. Trabalho individual opcional
- (todos os elementos têm a ponderação prevista no RGAC, Art.º 8º)



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

20. Recursos Didáticos

- Livros;
- Artigos científicos;
- Fichas de exercícios;
- Estudo de caso;
- Recursos da internet.

21. Objetivos de Sustentabilidade

Integrar práticas sustentáveis nos planos de negócios, contribuindo para os seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS):

ODS 4: Educação de Qualidade

ODS 8: Trabalho Digno e Crescimento Económico

ODS 11: Cidades e Comunidades Sustentáveis

ODS 13: Ação Climática

ODS 17: Parcerias para os Objetivos

Estes objetivos refletem o compromisso para com o crescimento económico sustentável com base na fomentação da criatividade e inovação.

22. Palavras Chave

Sustentabilidade

Marketing Turístico

Comportamento do consumidor

Inovação Turística

Estratégias



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Sarmento, E., Abranja, N., & Carvalho, R.
Título: Plano de Marketing e Marketing Digital na Hotelaria e no Turismo
Edição: 1ª Ano: 2022
Local: Lisboa
Editora: Lidel

Autor(es): Fyall, A., Garrod, B., & Wang, Y.
Título: Tourism Marketing: A Collaborative Approach
Edição: 2ª Ano: 2020
Local: Oxford
Editora: Goodfellow Publishers

Autor(es): Morrison, A.
Título: Hospitality and Travel Marketing
Edição: 6ª Ano: 2023
Local: New York
Editora: Routledge

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Sharma, K., & Sharma, M.
Título: Marketing of Tourism Experiences
Edição: 1ª Ano: 2023
Local: Cham
Editora: Springer

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'MARKETING TURÍSTICO': Ano Lectivo 2024/2025
Autor / Author	Prof. Doutora ANA MARGARIDA SILVESTRE GRAÇA
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	01-08-2024 19:22:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada, 2024	