



## PLANO DE ENSINO

### PROJETO PEDAGÓGICO

**Curso:** Graduação em Turismo

**Disciplina:** Marketing Aplicado ao Turismo

**Carga Horária Semestral:** 40 h/a

**Semestre do Curso:** 4º Semestre

#### 1 - Ementa (sumário, resumo)

Conceituações e dimensões do marketing. Marketing turístico. A importância do marketing para o turismo. O mercado turístico, a oferta e a demanda. Desenvolvimento do composto de marketing (4 P's) para a atividade turística. Segmentação da oferta e da demanda turística. Como elaborar uma pesquisa de mercado. As expectativas que o marketing desenvolve no consumidor. Estratégias para gerenciamento e distribuição na atividade turística. A comunicação integrada de marketing no mercado turístico. Como elaborar um plano de marketing para empresas e destinos turísticos.

#### 2 - Objetivo Geral

- Promover no aluno a capacidade de relacionar os conceitos de marketing para o desenvolvimento da atividade turística.

#### 3 - Objetivos Específicos

- Fazer com que o aluno compreenda a importância do marketing para empresas e destinos turísticos;
- Desenvolver a capacidade do aluno para utilizar as diversas ferramentas de marketing;
- Compreender o produto e os serviços turísticos, assim como as estratégias de preço, comercialização e promoção;
- Capacitar o aluno para desenvolver pesquisas de mercado e de demanda turística;
- Ensinar o aluno a elaborar planos de marketing para empresas turísticas e destinos turísticos.

#### 4 - Conteúdo Programático

- Conceitos do marketing;
- Conceitos do marketing turístico;
- Os 4 P's e 4 C's do marketing;
- Segmentação do Mercado Turístico e a importância de segmentar;
- Pesquisa de mercado e de demanda turística;
- Plano de marketing para empresas e destinos turísticos.

#### 5 - Metodologia de Ensino

- Aulas expositivas dialogadas;
- Trabalhos individuais e/ou grupais;
- Leitura e discussão de artigos científicos e textos;
- Exercícios avaliativos;



- Avaliação no modelo Enade;
- Vídeos.

## 6 - Recursos Didáticos

- Apresentação em Power Point;
- Quadro branco;
- Apostila da disciplina;
- Plataforma Moodle.

## 7 - Sistema de Avaliação

O processo de avaliação obedece ao Sistema Formal de Avaliação Discente da instituição, a partir do qual, a avaliação do rendimento escolar é composta basicamente por dois instrumentos: **Avaliação Livre** e **Avaliação Final**.

### Avaliação Livre

A Avaliação Livre é o resultado da **média aritmética simples** das notas atribuídas pelo professor no 1º bimestre e no 2º bimestre de cada Semestre Letivo, conforme a equação abaixo:

$$A_L = \frac{N_1 + N_2}{2} \quad (1)$$

em que:

- $A_L$  = Nota da Avaliação Livre (0,0 a 10,0 pontos);
- $N_1$  = Nota do 1º Bimestre (0,0 a 10,0 pontos);
- $N_2$  = Nota do 2º Bimestre (0,0 a 10,0 pontos).

Para compor as notas de cada bimestre o professor é quem definirá quantos e quais instrumentos de avaliação serão utilizados para a sua disciplina, bem como o critério de cálculo para cada nota bimestral  $N_1$  e  $N_2$ .

**Como instrumentos de avaliação podem ser utilizados provas escritas e orais, trabalhos, visitas técnicas, exercícios em classe, pesquisas, relatórios, seminários, estudos de casos, trabalhos interdisciplinares, projetos experimentais e outros, realizados individualmente ou em grupo.** Entretanto, os instrumentos escolhidos e os critérios adotados para o cálculo das Notas Bimestrais devem ser divulgados e discutidos com os alunos no início do período letivo.

### Avaliação Final

A Avaliação Final ( $A_F$ ) corresponde a uma **prova escrita individual**, a ser aplicada, **sem consulta**, no final do Semestre Letivo **para cada disciplina**. A prova será elaborada e aplicada conforme as regras estabelecidas no Sistema Formal de Avaliação Discente da Instituição.

### Prova Substitutiva

A Prova Substitutiva é uma prova escrita individual a ser aplicada caso o aluno não atinja, após a realização da Avaliação Final, a pontuação mínima exigida para aprovação (6,0 pontos). Neste caso, a nota da Prova ( $N_s$ ) **substituirá** a menor nota obtida pelo aluno no respectivo



semestre, entre as opções  $A_L$  ou  $A_F$ .

O Quadro 1 apresenta um resumo do sistema de avaliação:

**Quadro 1** – Tipos de Avaliação empregados e objetivos principais a serem alcançados

Avaliação	Objetivos Principais
<b>Livre</b> 0,0 a 10,0 pontos Peso 5	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promover um acompanhamento contínuo do desempenho dos alunos na disciplina;</li><li>• Verificar, de maneira diagnóstica, se os objetivos propostos estão sendo ou não alcançados;</li><li>• Estimular a criatividade e proporcionar flexibilidade ao professor no processo de avaliação.</li></ul>
<b>Final</b> (0,0 a 10,0 pontos) Peso 5	<ul style="list-style-type: none"><li>• Possibilitar que o aluno se familiarize com questões dissertativas e de múltipla escolha do tipo situações-problema;</li><li>• Estimular a assiduidade e a participação do aluno desde o início até o final de cada aula;</li><li>• Verificar, de maneira interdisciplinar e conjunta, o nível de assimilação dos conteúdos estudados durante o período letivo.</li></ul>

### Critério de Avaliação

A Nota Final do aluno no Semestre ( $N_F$ ) é o resultado da **média aritmética ponderada** entre a Avaliação Livre (peso 5) e a Avaliação Final (peso 5), de acordo com a seguinte equação:

$$N_F = 0,5 \times A_L + 0,5 \times A_F$$

em que:

$N_F$  = Nota final do aluno no semestre;

$A_L$  = Nota da Avaliação Livre;

$A_F$  = Nota da Avaliação Final.

Se após a realização da Prova Substitutiva (quando for o caso), a nota final do semestre ( $N_F$ ) for igual ou superior a 6,0 (seis) e a frequência igual ou superior a 75% (setenta e cinco por cento) da carga horária da disciplina, o aluno está **aprovado** na disciplina. Se a nota final do semestre ( $N_F$ ) for maior ou igual a 4,0 (quatro) e inferior a 6,0 (seis) e a frequência igual ou superior a 75%, o aluno está **reprovado por nota** na disciplina e poderá se matricular na Dependência Especial. Se a nota final do semestre ( $N_F$ ) for inferior a 4,0 (quatro) e/ou a frequência for inferior a 75% da carga horária da disciplina (qualquer que seja o valor de  $N_F$ ), o aluno está **reprovado** na disciplina e deverá cursá-la novamente em regime de Dependência (Normal).



#### 8 – Bibliografia Básica

BALANZÁ, I. M.; NADAL, M. C. **Marketing e comercialização de produtos turísticos**. São Paulo: Thomson, 2000.

COBRA, M. **Marketing de Turismo: princípios e prática**. 2 ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

MELGAR, E. **Fundamentos de planejamento e marketing em Turismo**. São Paulo: Contexto 2000.

MIDDLETON, V.; CLARKE, J. **Marketing de Turismo: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

#### 9 – Bibliografia Complementar

CASAS, Alexandre; GUEVARA, Arnoldo. **Pesquisa de Marketing**. São Paulo: Atlas, 2010.

CHIAS, J. **Turismo, o Negócio da Felicidade: Desenvolvimento e Marketing Turístico de países, Regiões, lugares e cidades**. São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5 ed., São Paulo: Atlas 1998.

MOTA, Keila C. N. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

RUSCHMANN, Dóris. **Marketing Turístico: um enfoque promocional**. Campinas: Papyrus, 2000.

VAZ, Gil. **Marketing Turístico: receptivo e emissivo**. São Paulo: Pioneira, 2002.

ZARDO, E. **Marketing Aplicado ao Turismo**. 1. Ed., São Paulo: Roca, 2003.

---

Docente Responsável: Érica Banuth