

Unidade Curricular	Comportamento do Consumidor Turístico	Área Científica	Marketing
Mestrado em	Marketing Turístico	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
Nível	2-1	Créditos ECTS	6.0
Código	5048-586-1101-00-23		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 45 PL - TC - S - E - OT 6 O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves

### Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Enquadrar conceptual e teoricamente o comportamento do consumidor turístico.
2. Analisar criticamente os vários modelos explicativos do comportamento do consumidor turístico.
3. Identificar e analisar as várias fases do processo de tomada de decisão do consumidor turístico.
4. Identificar e caracterizar os fatores internos e externos que influenciam o processo de tomada de decisão do consumidor turístico.
5. Identificar e caracterizar os fatores de eleição de um destino turístico.
6. Identificar e analisar segmentos de mercado face ao comportamento do consumidor turístico.

### Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:  
Conceitos gerais de Turismo.

### Conteúdo da unidade curricular

1. Introdução ao estudo do comportamento do consumidor turístico; 2. Fatores que influenciam o processo de tomada de decisão; 3. Fatores de eleição de um destino turístico; 4. Segmentação do mercado turístico.

### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução ao estudo do comportamento do consumidor turístico
  - Evolução histórica do comportamento do consumidor turístico
  - Modelos explicativos do comportamento do consumidor turístico
  - O processo de tomada de decisão do consumidor turístico
2. Fatores que influenciam o processo de tomada de decisão
  - Fatores Internos: psicológicos e pessoais
  - Fatores Externos: culturais e sociais
3. Fatores de eleição de um destino turístico
  - Fatores push
  - Fatores pull
4. Segmentação do mercado turístico
  - Critérios de segmentação
  - Segmentação comportamental

### Bibliografia recomendada

1. Frochot, I. & Batat, W. (2013). Marketing and Designing the Tourist Experience. Oxford: Goodfellow Publishers Limited. ISBN: 978-1-908999-47-4.
2. Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. (2012). Tourism: principles, practices, philosophies (Twelfth Edition). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. ISBN 978-1-118-07177-9.
3. Kastenholz, E. et al. (2014). Reinventar o turismo rural em Portugal – Cocriação de experiências turísticas sustentáveis. Aveiro, UA Editora. ISBN: 978-972-789-395-9.
4. Kotler, P., Miranda, J. G., Zamora, J. F., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). Marketing Turístico (5.ª Edição). Madrid: Pearson Educación, S. A. ISBN: 978-84-8322-808-1.
5. Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). Consumer Behaviour in Tourism (Second Edition). Elsevier Ltd. ISBN: 978-0-7506-6735-7.

### Métodos de ensino e de aprendizagem

Exposição oral de conteúdos programáticos, recorrendo aos conhecimentos prévios dos alunos, análise de estudos de caso e envolvimento ativo dos alunos, em contexto de aula, no processo de construção e partilha de conhecimento.

### Alternativas de avaliação

1. Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
  - Apresentações - 25% (Apresentação e discussão de um artigo científico sobre uma tipologia de consumidor turístico.)
  - Temáticas de Desenvolvimento - 75% (Elaboração e apresentação de uma revisão de literatura ou de um trabalho de investigação.)
2. Avaliação final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 100%
3. Alunos em mobilidade - (Ordinário) (Final, Recurso)
  - Projetos - 100% (Apresentação e discussão de um trabalho de investigação sobre o consumidor turístico.)

### Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

### Validação Eletrónica

Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares Esteves	Ricardo Alexandre Fontes Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
05-10-2023	08-10-2023	08-10-2023	13-10-2023