

Unidade Curricular	Comunicação em Turismo	Área Científica	Marketing														
Mestrado em	Marketing Turístico	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela														
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1	Nível	2-1	Créditos ECTS	6.0										
Tipo	Semestral	Semestre	2	Código	5048-586-1201-00-23												
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 Tutórica; 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. Conhecer o quadro conceptual da comunicação no marketing ao nível operacional e estratégico.
2. Esclarecer as especificidades da comunicação na indústria turística.
3. Adquirir os conhecimentos necessários para o desenvolvimento de políticas de comunicação para produtos e destinos turísticos.
4. Compreender as dinâmicas atuais da comunicação em turismo.

### Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:  
Não aplicável.

### Conteúdo da unidade curricular

1. A comunicação e o marketing; 2. Desenho das estratégias de comunicação em turismo; 3. Promoção de produtos e destinos turísticos; 4. Novas formas de comunicação em turismo.

### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. A comunicação e o marketing
  - Comunicação: âmbito e objetivos
  - Alguns modelos e teorias da comunicação
  - A Política de Comunicação
  - A comunicação nos serviços e nos produtos
2. Desenho das estratégias de comunicação em turismo
  - Identificação do público-alvo
  - Determinação dos objetivos de comunicação
  - Desenho da mensagem
  - Seleção dos canais de comunicação
  - Orçamento
  - Mix da comunicação
  - Controlo
3. Promoção de produtos e destinos turísticos
  - Objetivos
  - Os principais meios de Promoção
  - Desenvolvimento de programas de Promoção
  - Controlo
4. Novas formas de comunicação em turismo
  - Evolução dos Meios de Comunicação Tradicionais
  - A Internet como principal forma de venda de produtos e destinos turísticos
  - Conteúdos e estratégias da Publicidade via Web

### Bibliografia recomendada

1. 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.
2. Kayode, O. (2014). Marketing Communications. Bookboon. com. ISBN: 978-87-403-0674-3.
3. McCabe, S. (2009). Marketing Communications in Tourism & Hospitality, Concepts, Strategies and Cases. Elsevier. ISBN: 978-0-7506-8277-0.
4. Mourão, L. P. , Ferreira, L. , & Pinto, J. R. (2021). Portugal e o Turismo. Porto: Book Cover Editora, Lda. ISBN: 978-989-9067-09-7.
5. Sarmento, E. M. , Abranja, N. , & Carvalho, R. V. (2022). Plano de Marketing e Marketing Digital na Hotelaria e no Turismo. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas, Lda. ISBN: 978-989-752-686-2.

### Métodos de ensino e de aprendizagem

Cada aula terá, componentes teóricas e práticas. As metodologias terão ênfase nos métodos ativos, empregando-se métodos de descoberta, apresentação de problemas, debate, trabalho autónomo, métodos expositivos mistos e de estudos de caso, entre outros. Pretende-se a criação de dinâmicas de "design thinking" em grupos de trabalho e individualmente.

### Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
  - Tems de Desenvolvimento - 25% (Investigar e apresentar um artigo científico que aporte à temática da UC.)
  - Estudo de Casos - 75% (Investigar e apresentar a política de comunicação de um agente turístico.)
2. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 100% (Realização de um exame final com toda a matéria lecionada durante o semestre letivo.)
3. Alunos em Mobilidade - avaliação contínua - (Ordinário) (Final, Recurso)
  - Tems de Desenvolvimento - 25% (Investigar e apresentar um artigo científico que aporte à temática da UC.)
  - Estudo de Casos - 75% (Investigar e apresentar a política de comunicação de um agente 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
01-03-2024	08-03-2024	08-03-2024	12-03-2024