



MARKETING TURÍSTICO



ÍNDICE

O que é uma Microcredencial?

1. Duração

2. ECTS

3. Sinopse

4. Destinatários

5. Condições de Acesso

6. Pré-requisitos

7. Objetivos de Aprendizagem

8. Competências a Adquirir

9. Estrutura Curricular

10. Bibliografia

11. Metodologia

12. Avaliação

13. Docente

14. Coordenadores Científicos

O QUE É UMA MICROCREDENCIAL?

Segundo com a Comissão Europeia¹, “microcredenciais” são qualificações que certificam resultados de aprendizagens resultantes de cursos curtos ou de módulos, tendo em vista a requalificação e atualização profissional de cada um.

Estas qualificações podem ser obtidas pelos cidadãos com diversas modalidades de aprendizagem, presencial, a distância online ou mista.

Seja qual for o regime ou forma como são obtidas as qualificações, a Comissão Europeia vê nas microcredenciais uma oportunidade de aprendizagem flexível e inclusiva, no contexto dos sistemas de ensino e formação europeus e uma nova forma de acreditação adequada a diferentes necessidades.

Estas qualificações, por norma de curta duração, serão essencialmente úteis para quem pretende complementar o seu conhecimento e competências ou para quem pretende requalificar-se, procurando novas oportunidades no mercado de trabalho.

Na sua essência as microcredenciais assentam e dão resposta ao conceito e à prática de uma “aprendizagem ao longo da vida”.

1. DURAÇÃO

N.º de semanas | 6

2. ECTS

Número de ECTS 2 | 52 horas

3. SINOPSE

O *marketing* turístico é uma ferramenta essencial para o crescimento de destinos e promoção de experiências que satisfaçam as necessidades de consumidores, cada vez mais exigentes e informados. Num contexto de intensa concorrência e rápida transformação digital, a capacidade de criar e comunicar propostas de valor únicas tornou-se indispensável para atrair visitantes e impulsionar o desenvolvimento económico e social de destinos e negócios.

Este setor apresenta diversas oportunidades para se adaptar às tendências emergentes e implementar estratégias de *marketing* diferenciadas e eficazes.

¹ Comissão Europeia, Uma abordagem europeia das Microcredenciais [online]. Disponível em: <<https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9237-2022-INIT/en/pdf>> [citado em 24/09/2024].

Para enfrentar os desafios do turismo atual, é essencial compreender as dinâmicas de mercado e dominar ferramentas de comunicação e análise. Estas competências são fundamentais para profissionais e organizações que desejam criar experiências de elevado impacto, respondendo de forma inovadora às expectativas de um público em constante transformação.

4. DESTINATÁRIOS

São destinatários desta microcredencial:

1. Pessoas de qualquer área de formação técnica/científica que pretendam aprofundar o seu conhecimento nas áreas do Turismo;
2. Discentes com ensino secundário completo (12.º ano) e universitários;
3. Profissionais que estejam direta ou indiretamente ligados a áreas do Turismo, ONG'S, Autarquias, Juntas de freguesia, Associações, entre outras.

5. CONDIÇÕES DE ACESSO

Este curso rege-se pelo Regulamento da oferta educativa da Universidade Aberta.

Podem candidatar-se:

- a) O titular que tenha obtido no mínimo o grau do ensino secundário (12.º ano de escolaridade) ou equivalente;
- b) Residência em Portugal, durante a frequência da formação.

6. PRÉ-REQUISITOS

Tratando-se de um curso de ensino a distância na modalidade de e-learning, a sua frequência exige que as/os candidatas/os tenham acesso a computador com ligação à Internet e possuam conhecimentos de informática, na ótica do utilizador. É também recomendável a competência de leitura de textos noutros idiomas.

7. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

1. Conhecer os conceitos e princípios fundamentais do *marketing* turístico;
2. Aprender a analisar o perfil e as motivações dos consumidores em turismo;
3. Aprender a desenvolver estratégias de planeamento de *marketing* para destinos turísticos;
4. Aprender a implementar ferramentas digitais para promover destinos turísticos.

8. COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR

- a) Conseguir identificar e diferenciar os conceitos-chave e princípios do *marketing* aplicado ao turismo;
- b) Saber analisar os perfis, motivações e expectativas dos consumidores em turismo;
- c) Desenvolver e apresentar planos de *marketing* para destinos turísticos;
- d) Aplicar estratégias de *marketing* digital para promover destinos e serviço.

9. ESTRUTURA CURRICULAR

MÓDULO 1 | FUNDAMENTOS DE *MARKETING* TURÍSTICO

- 1.1 Conceitos e princípios de *marketing* turístico.
- 1.2 Características únicas dos serviços e destinos turísticos.

MÓDULO 2 | COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO TURISMO

- 2.1 Perfis de consumidores em turismo.
- 2.2 Motivações, expectativas e experiências dos consumidores.

MÓDULO 3 | PLANEAMENTO E GESTÃO DE *MARKETING* PARA DESTINOS TURÍSTICOS

- 3.1 Segmentação, *targeting* e posicionamento.
- 3.2 Plano de Marketing em Turismo.

MÓDULO 4 | *MARKETING* DIGITAL APLICADO AO TURISMO

- 4.1. Estratégias de comunicação digital em turismo.
- 4.2. Utilização das redes sociais em turismo.

10. BIBLIOGRAFIA

Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice* (8ª ed.). Pearson.

Hudson, S., & Hudson, L. (2023). *Tourism Marketing and Management: Collaborative Approaches* (2ª ed.). Goodfellow Publishers.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism* (8ª ed.). Pearson.

Pike, S., & Page, S. (2022). *Destination Marketing: Essentials and Advances* (3ª ed.).

11. METODOLOGIA

Este curso será lecionado em português. As atividades de ensino-aprendizagem são realizadas em regime de ensino a distância, em ambiente completamente virtual com recurso a uma plataforma de e-learning. O curso é antecedido por um módulo inicial de Ambientação Online com a duração de uma semana, com o objetivo de permitir que as/os estudantes se familiarizem com o ambiente de trabalho da Plataforma AbERTA da Universidade Aberta e adquiram competências fundamentais de comunicação online e competências sociais necessárias à construção de uma comunidade de aprendizagem virtual.

Nesta microcredencial é adotado o Modelo Pedagógico Virtual da Universidade Aberta, o qual se orienta pelos seguintes princípios:

- Ensino centrado no estudante, o que significa que ele é ativo e responsável pela construção de conhecimento.
- Ensino baseado na flexibilidade de acesso à aprendizagem (conteúdos e atividades), o que significa a ausência de imperativos temporais ou espaciais. Este princípio concretiza-se na primazia da comunicação assíncrona, o que permite a não-coincidência de espaço e não-coincidência de tempo, já que a comunicação e a interação se processam à medida que é conveniente para o estudante, possibilitando-lhe tempo para ler, processar a informação, refletir, dialogar e interagir.
- Ensino baseado na interação diversificada quer entre estudante-docente quer entre estudante-estudante, quer ainda entre o estudante e os recursos. Este princípio concretiza-se em dispositivos de comunicação variados que o docente planeia e concebe de acordo com a sua estratégia pedagógica.
- Ensino promotor de inclusão digital, entendida como a facilitação da utilização das 06 Tecnologias de Informação e da Comunicação, como também o desenvolvimento de competências para a análise e produção de informação digital.

Estes princípios são implementados com recurso a dois elementos fundamentais no processo de aprendizagem:

A CLASSE VIRTUAL – A/O estudante integra uma turma virtual onde têm acesso as/os professoras/es do curso e as/os restantes estudantes. As atividades de aprendizagem ocorrem neste espaço e são realizadas online, agregando uma série de recursos, distribuídos por diversos momentos de trabalho coletivo e pela interação entre professor(a)-estudante e estudante-estudante. A comunicação

é essencialmente assíncrona e, por isso, baseada na escrita. No processo de aprendizagem, e quando se justifique, podem ainda ser utilizados instrumentos de comunicação síncrona, como a videoconferência, com recurso à plataforma Colibri.

O CONTRATO DE APRENDIZAGEM – O/A professor(a) de cada unidade curricular propõe à turma um contrato de aprendizagem, no qual está definido um percurso de trabalho para o semestre letivo, apoiando-se na autoaprendizagem e na aprendizagem colaborativa entre estudantes. Com base nos materiais de aprendizagem disponibilizados ou indicados na bibliografia, o/a professor(a) da unidade curricular organiza e delimita os períodos de autoaprendizagem e reflexão individual, os quais são seguidos pela realização de atividades e períodos de interação diversificada na turma virtual.

12. AVALIAÇÃO

Esta microcredencial adota o modelo de avaliação contínua, sendo a classificação final dos formandos o resultado do trabalho desenvolvido ao longo do curso, nomeadamente, a participação ativa nos fóruns e a realização de atividades de avaliação propostas. Assim, a avaliação decorrerá da participação efetiva nas atividades formativas de carácter individual (leitura dos recursos disponibilizados, trabalhos escritos) e nas atividades formativas de carácter colaborativo (interação entre os formandos e docentes, partilha de leituras e conhecimentos, participação nos fóruns de discussão).

Espera-se ainda que os formandos apresentem um trabalho final individual acerca do tema abordado na formação. A classificação final resulta, como tal, da avaliação dos seguintes elementos e critérios:

- Presença e participação nas atividades propostas – 30%;
- Trabalho final – 70%.

Assim, a avaliação final do módulo é atribuída pela média simples numa escala de 0 a 10 valores. A classificação final do curso traduz a média da avaliação obtida nos módulos, expressa na escala de 0 a 20 valores. A conclusão da formação com aproveitamento está sujeita à obtenção de uma nota final igual ou superior a 9,5 valores.

13. DOCENTE

SARA CRISTINA VALENTE DOS SANTOS

Licenciada em Comunicação Organizacional pelo Instituto Politécnico de Coimbra, com mestrado em *Marketing* pela Universidade do Porto e doutoramento em Gestão, especialidade *Marketing* e Estratégia na mesma Universidade.

Com mais de 10 anos de experiência profissional, colaborou como Coordenadora e gestora de comunicação e marketing em várias entidades nacionais e internacionais.

É Professora Auxiliar na Universidade Aberta.

É também autora de vários artigos e estudos publicados em revistas e atas de eventos nacionais e internacionais.

CIENCIA ID | [BF1C-855D-D6E7](#)

ORCID | [0000-0002-3581-6478](#)

14. COORDENADORES CIENTÍFICOS

Coordenador: José António Porfírio

Professor Associado com Agregação da Universidade Aberta. Diretor do Departamento de Ciências Sociais e de Gestão desde fevereiro de 2021, tendo sido igualmente Diretor deste Departamento entre janeiro de 2009 e janeiro de 2013. É Coordenador do Mestrado em Gestão desde 2018, tendo assumido esta função, também, entre 2007 e 2013. Na Universidade Aberta foi membro do Conselho de Gestão e do seu Senado entre 2008 e 2016. Foi Pró-Reitor para a área de Projetos e Investigação, sendo Coordenador do Gabinete de Apoio a Projetos de Investigação e Desenvolvimento, entre novembro de 2014 e dezembro de 2018. Licenciado em 1990 pelo ISEG, em Organização e Gestão de Empresas onde, em 1993, obteve o grau de Mestre em Matemática Aplicada à Economia e à Gestão. Em 2005 doutorou-se em Gestão, na Especialidade de Estratégia, pela Universidade Aberta. Lecionou várias disciplinas da área da Gestão Financeira, da Gestão Estratégica e da Integração Europeia. Desde 2005 é responsável pelas disciplinas da área de Estratégia do Mestrado em Gestão/MBA. Para além da atividade docente, tem desenvolvido investigação na área da Estratégia, do Empreendedorismo, das Empresas Familiares, Transformação Digital, e Desenvolvimento Regional, com várias publicações sobre estes temas. Até 2008 exerceu várias funções como consultor e quadro em empresas do sector financeiro, industrial, imobiliário e de formação, foi Assessor do Gabinete do Secretário de Estado da Agricultura e das Pescas e do

Ministro da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas (entre 2005 e 2008), e é consultor das Nações Unidas no programa TrainForTrade, da UNCTAD, para formação em comércio Internacional. Desde 2018 é CEO de uma empresa de consultoria que se dedica à implementação da Gestão pelo Propósito nas organizações.

CIENCIA ID | [691A-62DE-BF75](#)

ORCID | [0000-0001-9551-9531](#)

Vice-coordenador: António Eduardo Martins

Doutorado em Comportamento Organizacional pela Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UL). Licenciado e Mestre em Gestão pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE). Mestre em Economia pela Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Desenvolveu estudos pós-graduados em Relações Internacionais no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UTL) e em Estudos Europeus no Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Professor do Ensino Superior Universitário Público. Especialista em Gestão do Conhecimento, Gestão Estratégica, Planeamento e Economia Financeira. Experiência profissional como Administrador, Diretor Executivo, Diretor Financeiro, Diretor de Recursos Humanos e Diretor de Estratégia e Planeamento. Investigador na área da Gestão Estratégica, do Capital Intelectual e Gestão do Conhecimento, do Turismo, dos Recursos Humanos e da Contabilidade. Publicou diversos artigos em revistas científicas e é autor de publicações nas áreas de gestão de recursos humanos, finanças e contabilidade.

CIENCIA ID | [6E13-2B87-A246](#)

ORCID ID | [0000-0002-0830-74833](#)

Vice-coordenadora: Sara Cristina Valente dos Santos

Licenciada em Comunicação Organizacional pelo Instituto Politécnico de Coimbra, com mestrado em *Marketing* pela Universidade do Porto e doutoramento em Gestão, especialidade *Marketing* e Estratégia na mesma Universidade.

Com mais de 10 anos de experiência profissional, colaborou como Coordenadora e gestora de comunicação e marketing em várias entidades nacionais e internacionais.

É Professora Auxiliar na Universidade Aberta.

É também autora de vários artigos e estudos publicados em revistas e atas de eventos nacionais e internacionais.

CIENCIA ID | [BF1C-855D-D6E7](#)

ORCID | [0000-0002-3581-6478](#)

