



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2023	
<b>Tp. Período</b>	Primeiro semestre	
<b>Curso</b>	TURISMO (560/I)	
<b>Disciplina</b>	2118/I - COMERCIALIZACAO DE PRODUTOS TURISTICOS	<b>Carga Horária:</b> 51
<b>Turma</b>	TUN/I	

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

As ferramentas estratégicas e a avaliação de cenários que envolvam compra e venda de bens e serviços turísticos.

### I. Objetivos

- conhecer as noções básicas sobre vendas e comercialização;
- conhecer as principais ferramentas de vendas e suas estratégias;

### II. Programa

Unidade 1 – P de Praça;  
Unidade 2 – Funil de Vendas e Jornada do Cliente;  
Unidade 3 – Ferramentas de vendas e suas estratégias;

### III. Metodologia de Ensino

- aulas expositivas, audiovisuais e dialogadas;
- análise e interpretação de textos;
- aulas práticas e saídas de técnicas;
- trabalhos e dinâmicas em grupo;

### IV. Formas de Avaliação

- 1ª Avaliação – prova escrita, trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10  
1ª Recuperação de nota - prova escrita, trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10  
2ª Avaliação –prova escrita, trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10  
2ª Recuperação de nota - prova escrita, trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10

### V. Bibliografia

#### Básica

BALANZA, Isabel Milio; NADAL, Monica Cabo. Marketing e comercialização de produtos turísticos. São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2003.  
MIDDLETON, Victor T. C; CLARKE, Jackie. Marketing de turismo: teoria e pratica. 3.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.  
MOTA, Keila Cristina Nicolau. Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.

#### Complementar

COSTA, Benny K. Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003. ROSE, Alexandre Turatti de. Turismo: planejamento e marketing. Aplicação da matriz de portfolio para destinações turísticas. Barueri, SP: Manole, 2002.  
TRIGUEIRO, Carlos Meira. Marketing e turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.  
PETROCCHI, Mario. Marketing para destinos turísticos: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2004.

### APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DETUR/I  
**Tp. Documento:** Ata Departamental  
**Documento:** 127  
**Data:** 17/05/2023