UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

Ano	**2024**
Tp. Período	**Primeiro semestre**
Curso	**TURISMO (560/I)**
Disciplina	**2080/I - DESTINO TURISTICO E IMAGEM DA DESTINACAO**
Turma	**TUN/I**
Local	**IRATI**

Carga Horária: **34**

PLANO DE ENSINO

EMENTA

Caracterização de destino e produtos turísticos. Definição de imagem turística. Elementos de formação de imagem turística em função da oferta, da demanda e da especialização do mercado.

I. Objetivos

-conhecer as noções básicas sobre os elementos dos destinos turísticos;
-compreender os elementos da imagem de destinos turísticos;
-avaliar imagens e a reputação de destinos turísticos no meio digital

II. Programa

Unidade 1 – Destino turístico - conceitos, evolução e componentes;
Unidade 2 – Imagem de destino turístico – Conceito, formação e elementos que a compõem;
Unidade 3 – Novas Estratégias para formação da imagem e da reputação destino turístico;
Unidade 4 – Acompanhamento e Avaliação da imagem de destinos turístico no meio digital.

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 – 2° Bim: 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

TRIGUEIRO, Carlos Meira. Marketing e turismo: como planejar e administrar o marketing turístico para uma localidade. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.
KOTLER, Philip... [et al]. Marketing de lugares: Como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Prentice Hall, 2006. 341 p.
Ruth Bahr (Trad.). MOTA, Keila Cristina Nicolau. Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.

Complementar

MELGAR, Ernesto. Fundamentos de planejamento e marketing em turismo. São Paulo: Contexto, 2001.
MIDDLETON, Victor T. C; CLARKE, Jackie. Marketing de turismo: teoria e pratica. 3.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
PETROCCHI, Mario. Marketing para destinos turísticos: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2004.

APROVAÇÃO

Inspetoria: DETUR/I
Tp. Documento: Ata Departamental
Documento: 143
Data: 10/04/2024