

Unidade Curricular	Comportamento do Consumidor Turístico		Área Científica	Marketing	
Mestrado em	Marketing Turístico		Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo	
Ano Letivo	2021/2022	Ano Curricular	1	Nível	2-1
Tipo	Semestral	Semestre	1	Créditos ECTS	6.0
Código	5048-586-1101-00-21				
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. Kotler, P., Miranda, J. G., Zamora, J. F., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). Marketing Turístico (5.ª Edición). Madrid: Pearson Educación, S. A. ISBN: 978-84-8322-808-1.
4. 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)
  - Apresentações - 25% (Apresentação de um artigo científico, com a ponderação de 25%.)
  - Temas de Desenvolvimento - 75% (Elaboração e apresentação de uma revisão de literatura (5 páginas) no final do semestre letivo.)
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 projeto sobre o comportamento do 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
20-10-2021	11-11-2021	11-11-2021	18-11-2021