



Universidade Federal de Pernambuco
Departamento de Hotelaria e Turismo
Curso de Bacharelado em Hotelaria
Programa de Disciplina

Código Nome da Disciplina

HT007	MARKETING HOTELEIRO						
C H Teórica	2	C H Prática	2	Carga Horária Total	60	Créditos	3
Curso				Departamento			
Hotelaria				Hotelaria e Turismo			

Ementa

A natureza do marketing. O ambiente do marketing. Composto do marketing (marketing-mix). Sistema de informação do marketing. Comportamento do consumidor. Descrição e Segmentação do mercado. Planejamento do marketing. Marketing de serviços.

Conteúdo Programático

- 1 – Significado e Abrangência do Marketing: 1) Conteúdo e conceito do Marketing; 2) Função do Marketing em Empresas Hoteleiras; 3) Dinâmica do Sistema de Turismo.
- 1 – Mercado: 1) Definição, mercado turístico, mercado hoteleiro; 2) Segmentação e políticas de mercado; 3) Estudos de mercado.
- 2 – Clientes: 1) Pessoas, motivação, processo de decisão; 2) Necessidades, desejos e atitudes.
- 3 – Concorrência: 1) Análise da concorrência, tipos de concorrência; 2) Pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades.
- 4 – Hotel: 1) classificação, tipos, estrutura; 2) marketing de Serviços; 3) O Hotel como um produto de marketing.
- 5 – Estudo do Marketing Mix
 - 5.1 – Produto: 1) Definições, características; 2) Insumos do produto hoteleiro, diferenciação; 3) Ciclo de vida, imagem, garantias, política do produto hoteleiro.
 - 5.2 – Preço: 1) Conceito, elasticidade da demanda; 2) Fatores que influenciam os preços; 2) Fixação de Preços.
 - 5.3 – Distribuição: 1) conceito de distribuição; 2) Canais de distribuição; 3) Política de distribuição; 4) Vendas: significado e modalidades.
 - 5.4 - Comunicação/Promoção: 1) Significado da comunicação/promoção; 2) Modelo de comunicação/promoção; 3) Técnicas de comunicação e promoção.
- Plano Promocional de Marketing: 1) o plano como instrumento gerencial; 2) Estrutura do plano promocional; 3) Programa de ação

Bibliografia

KOTLER, Philip. Princípios de Administração de Marketing. Editora MacGraw-Hill, 2012.
CASTELLI, Geraldo. Marketing Hoteleiro. Caxias do sul. Editora EDUCS, 1994.
CURTIS, J. Marketing de Serviços. São Paulo. Nobel. 1991.
COBRA, M. Casos Contemporâneos de Marketing: Métodos de caso, formulários de análise. São Paulo. Atlas. 1988



Emitido em 16/12/2022

EMENTA Nº 2046/2022 - DEPHT (11.34.29)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 16/12/2022 13:04)

ALEXANDRE CESAR BATISTA DA SILVA

COORDENADOR - TITULAR

CGH (11.34.19)

Matrícula: 2675562

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
2046, ano: **2022**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **16/12/2022** e o código de verificação: **3eca5095f7**