



## INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS QUE REGULAMENTAM O CONCURSO PÚBLICO

Estas Instruções Específicas, o Edital nº 137/2019, a Resolução nº 17/2017, do Conselho Universitário - CONSU, o Edital de Condições Gerais nº15 de 02 de fevereiro 2018, publicado no Diário Oficial da União de 05 de fevereiro de 2018 e demais legislações pertinentes, disciplinarão o Concurso Público para Professor de Magistério Superior, não cabendo a qualquer candidato alegar desconhecê-lo.

**Área de Atuação: TURISMO - Marketing, Tópicos em Turismo, Atualidades em Turismo e TICs em Turismo.**

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Conceitos, evolução e etapas do marketing.
2. O marketing e o sistema de turismo: destinos e produtos.
3. Estratégias mercadológicas e suas aplicações no turismo.
4. Preço e distribuição como variáveis mercadológicas.
5. Características, enfoques, influências e modelos de estudo do comportamento do consumidor em turismo.
6. O processo de seleção de um produto turístico.
7. Segmentação da demanda turística e segmentação da oferta turística.
8. Características dos produtos turísticos e a informação turística.
9. Impactos da transformação tecnológica no turismo. E-turismo.
10. Comunicação e marketing online, mídias sociais e produção de conteúdo.

### BIBLIOGRAFIA SUGERIDA

- ANSARAH, Marília; PANOSSO NETTO, Alexandre. Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: planejamento, criação e comercialização. São Paulo: Manole, 2015.
- CHIAS, Josep. Turismo, o negócio da felicidade. Desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Ed. Senac SP, 2007.
- COOPER, Christian; HALL, Collin. Michael; TRIGO, Luiz Gonzaga Godói. Turismo contemporâneo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. Coleção Eduardo Sanovicz.
- KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.
- LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.
- MILIÓ BALANZÁ, Izabel; CABO NADAL, Mónica. Marketing e comercialização de produtos turísticos. São Paulo: Thomson Learning, 2003.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. E-business para o turismo: guia prático para destinos e empresas turísticas. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- PAVAN, Cecilia Souza. Modelo de monitoreo de las redes sociales para orientar en la toma de decisiones de las Destination Management Organizations. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. São Paulo, v. 9, n.2, p. 196-220, maio/ago. 2015. Recuperado de: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/835/672>.
- PEARCE, Douglas. Modelos de Gestión de destinos: síntesis y evaluación. In: Estudios y Perspectivas en Turismo. Buenos Aires, Argentina, v.25, n.1, p.1-16, jan./mar.2016. Recuperado de: <http://www.estudiosenturismo.com.ar>.