

Turismo - Visão e Ação

[Ajuda do sistema](#)

USUÁRIO

Login

Senha

Lembrar usuá

Idioma

- [English](#)
- [Español \(España\)](#)
- [Italiano](#)
- [Português \(Brasil\)](#)

CONTEÚDO DA REVISTA

Pesquisa

Escopo da Busca

Todos

Procurar

- [Por Edição](#)
- [Por Autor](#)
- [Por título](#)
- [Outras revistas](#)

TAMANHO DE FONTE

INFORMAÇÕES

- [Para leitores](#)
- [Para Autores](#)
- [Para Bibliotecários](#)

CAPA SOBRE ACESSO CADASTRO PESQUISA
ATUAL ANTERIORES NOTÍCIAS

Capa > v. 7, n. 3 (2005) > **Bessa**

MARKETING TURÍSTICO URBANO E INTERVENÇÃO PATRIMONIAL EM TEMPOS DE GLOBALIZAÇÃO

Altamiro Sérgio Mol Bessa, Luiz Antônio Antunes Teixeira, Nelson Antônio Quadros Vieira Filho

Resumo

O principal objetivo deste artigo é o de mostrar o papel do marketing turístico urbano e as suas estratégias de atuação no planejamento de destinos turísticos, principalmente, aquelas com um corpus patrimonial expressivo, como forma de contribuir com os especialistas das áreas de turismo e marketing na compreensão de um assunto que, normalmente, tem ficado restrito a arquitetos, urbanistas e especialistas em patrimônio. O trabalho recorre à revisão bibliográfica sobre marketing urbano, patrimônio material e imaterial e intervenções patrimoniais, procurando demonstrar como a solução de diversas questões relacionadas à problemática do turismo podem ser subsidiadas pelos conhecimentos das áreas estudadas sendo, portanto, o seu domínio de fundamental importância para planejadores e especialistas desta área.

Palavras-chave: Marketing turístico urbano, Marketing e intervenção patrimonial, Marketing urbano e turismo.

Texto completo:

[PDF](#)

DOI: <https://doi.org/10.14210/rtva.v7n3.p551-559>



ISSN: 1983-7151

Tur., Visão e Ação



Este obra está licenciado com uma Licença [Creative Commons Atribuição 3.0 Brasil](#).