

O IMPACTO DO MARKETING RELACIONAL NA  
DECISÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR DAS  
AGÊNCIAS DE VIAGEM

Vítor Hugo Cunha da Silva

*Orientador*

Professor Doutor Bruno Miguel Barbosa de Sousa

Dissertação apresentada  
ao Instituto Politécnico do Cávado e do Ave  
para obtenção do Grau de Mestre

*Este trabalho inclui as críticas e sugestões feitas pelo Júri.*

julho 2018