

Índice

1.	Introdução	3
2.	Turismo e a sua importância no Mundo	5
3.	A crise e a sua gestão	9
4.	Crise: Impactos da Covid-19 na economia e medidas de mitigação	13
4.1.	Impactos do Covid 19 no turismo	16
5.	Marketing: estratégias empresarias de resposta à crise.....	20
5.1.	Marketing	20
5.2.	Marketing turístico	22
5.3.	Marketing em tempos de crise	24
5.4.	Estratégias de marketing como resposta à crise	25
6.	Estudo de caso	31
6.1.	Introdução ao NewsMuseum.....	31
6.2.	Estratégias de marketing: O modelo de diversificação de produtos e mercados	32
6.2.1.	Introdução do NewsMuseum@Zoom para os mercados existentes	32
6.3.	Estratégias de Marketing: Intervenção no marketing mix (4 P)	34
6.3.1.	Produto/Serviço- redução temporária da oferta principal existente e introdução do NewsMuseum@Zoom como oferta diferenciada.....	34
6.3.2.	Preço- introdução de um preço específico para o NewsMuseum@Zoom	34
6.3.3.	Promoção- exploração dos canais digitais	35
6.3.4.	Distribuição- do turismo físico ao digital	36
6.4.	O turismo cultural digital como uma resposta à crise	38
7.	Conclusão.....	40
8.	Referências	41