

## ÍNDICE

|                                                                     |      |
|---------------------------------------------------------------------|------|
| RESUMO .....                                                        | vii  |
| ABSTRACT .....                                                      | viii |
| AGRADECIMENTOS .....                                                | ix   |
| LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS .....                                | xi   |
| ÍNDICE .....                                                        | xiii |
| ÍNDICE DE FIGURAS .....                                             | xv   |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS .....                                            | xvii |
| ÍNDICE DE TABELAS .....                                             | xix  |
| 1. Introdução.....                                                  | 1    |
| I. PARTE TEÓRICA.....                                               | 3    |
| 2. Gestão do turismo.....                                           | 5    |
| 2.1. Setores de atuação turística.....                              | 6    |
| 2.2. O destino turístico.....                                       | 7    |
| 2.3. Os gestores do turismo .....                                   | 9    |
| 3. Marketing turístico .....                                        | 11   |
| 3.1. Marketing-mix.....                                             | 12   |
| 3.2. O capital intelectual .....                                    | 14   |
| 3.3. Tríade capital humano, qualidade e satisfação do cliente ..... | 16   |
| 4. Contratação dos profissionais do turismo .....                   | 19   |
| 4.1. Recrutamento.....                                              | 20   |
| 4.2. O processo de seleção.....                                     | 21   |
| 5. Marketing pessoal.....                                           | 25   |
| 5.1. Produto e marca pessoal .....                                  | 26   |
| 5.2. Competências científicas e técnicas.....                       | 29   |
| 5.3. Competências pessoais e interpessoais .....                    | 32   |
| 5.4. Competências instrumentais .....                               | 35   |
| II. PARTE EMPÍRICA.....                                             | 41   |
| 6. Objetivos .....                                                  | 43   |
| 6.1. Objetivo geral .....                                           | 43   |

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| 6.2. Objetivos específicos .....                         | 43 |
| 7. Metodologia .....                                     | 45 |
| 7.1. População e amostra.....                            | 45 |
| 7.2. Recolha de dados.....                               | 47 |
| 8. Resultados .....                                      | 55 |
| 8.1. Formação académica e experiência profissional ..... | 55 |
| 8.2. Competências extracurriculares .....                | 57 |
| 8.3. Competências pessoais e interpessoais.....          | 58 |
| 8.4. Marketing e marca pessoal.....                      | 61 |
| 8.5. Competências instrumentais.....                     | 64 |
| 8.6. Principais dimensões .....                          | 70 |
| 8.7. Marketing pessoal versus profissionalização .....   | 72 |
| 9. Discussão dos resultados.....                         | 75 |
| 10. Conclusões .....                                     | 81 |
| 10.1. Contributos.....                                   | 82 |
| 10.2. Limitações e proposta futura .....                 | 83 |
| REFERÊNCIAS.....                                         | 85 |
| APÊNDICES.....                                           | I  |