

PROJETO PEDAGÓGICO
DO CURSO DE
TURISMO
(revisão de 2014.1)



Janeiro - 2014

SUMÁRIO

I - INSTITUIÇÃO	4
I.1 – NATUREZA JURÍDICA	4
I.2 – MISSÃO.....	4
I.3 – INSERÇÃO SOCIAL	4
I.4. FINALIDADES.....	4
I.5. ÁREAS DE ATUAÇÃO	5
I.6 – DIRETRIZES PEDAGÓGICAS.....	5
I.7 – OBJETIVOS.....	5
I.8 – RESPONSABILIDADE SOCIAL	5
I.9 – EDUCAÇÃO INCLUSIVA	6
I.10 – METAS INSTITUCIONAIS.....	7
II – PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM.....	8
II.1 – FUNDAMENTOS.....	8
II.2. CONHECIMENTOS E RELAÇÃO PROFESSOR/ALUNO	8
II.3. PRAXIS	8
III – REVISÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO	9
III.1. CRIAÇÃO E RECONHECIMENTO DO CURSO.....	9
III.2. CONCEPÇÃO DO CURSO	9
III.3 – JUSTIFICATIVA DE REVISÃO	9
IV – O CURSO DE TURISMO.....	11
IV.1 – FUNCIONAMENTO.....	11
IV.2 – MISSÃO.....	11
IV.3 – OBJETIVOS	11
IV.4 – PERFIL PROFISSIONAL	11
V – ESTRUTURA CURRICULAR.....	14
VI – AVALIAÇÕES	16
VII.1 – DISPOSIÇÕES GERAIS.....	17
VII.2 – OBJETIVOS.....	17
VII.3 – PRÉ-REQUISITOS	17
VII.4 – CONSTITUIÇÃO DO ESTÁGIO	17
VII.6 – DA SUPERVISÃO DO ESTÁGIO	18
VII.7 – AVALIAÇÃO.....	18
10. ATIVIDADES COMPLEMENTARES	19
11.3 PESQUISAS E PROJETOS	23
12. CORPO DOCENTE	25
VI – MATRIZ CURRICULAR.....	26
PERÍODO/DISCIPLINA	26
Atividades complementares	27
7. EMENTÁRIO.....	28
EMENTA	28
Conteúdo Programático e Unidades Didática.....	28
Conteúdo Programático e Unidades Didáticas	29
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	29
EMENTA	30
EMENTA	34
Objetivos.....	34
Conteúdo Programático e Unidades Didáticas	34

Objetivos.....	35
Conteúdo Programático e Unidades Didáticas.....	36
EMENTA	36
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E UNIDADES DIDÁTICAS.....	37
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E UNIDADES DIDÁTICAS	40
a) As técnicas de iniciação científica.....	46
b) A pesquisa científica	46
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	47
Conteúdo Programático e Unidades Didáticas.....	49
Conteúdo Programático e Unidades Didáticas.....	51
EMENTA	56
Objetivos.....	57
BIBLIOGRAFIA BÁSICA	79
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E UNIDADES DIDÁTICAS	80
ANEXO I – DADOS DO MUNICÍPIO DE SÃO GONÇALO	87

I - INSTITUIÇÃO

I.1 – Natureza Jurídica

A Faculdade Paraíso - FAP, com limite territorial de atuação em São Gonçalo, Estado do Rio de Janeiro, é uma instituição particular de ensino superior, mantida pela Associação Educacional Souza Graff - S/S Ltda., pessoa jurídica de direito privado, com sede e foro na cidade de São Gonçalo (RJ), e com seu Contrato Social devidamente registrado no Registro Civil de Pessoas Jurídicas de São Gonçalo, sob o n.º de ordem 13.227L/A58, em 31 de agosto de 1998.

I.2 – Missão

A Faculdade Paraíso tem por missão oferecer educação superior de excelência, conectada com o seu tempo e antenada com as mudanças da sociedade para formar cidadãos e profissionais competentes, éticos, empreendedores e conscientes da necessidade da formação continuada ao longo de toda a vida. A Faculdade Paraíso tem compromisso com a qualidade de vida, o protagonismo social, a solidariedade, o bom atendimento, a competência, o respeito a si mesmo, ao outro e a toda a forma de vida. Sua prioridade é o desenvolvimento do projeto pedagógico atualizado, com professores competentes, qualificados e que fazem aprender com uma infraestrutura tecnologicamente avançada.

I.3 – Inserção Social

Qualidade de vida, responsabilidade social e solidariedade são as molas éticas propulsoras do investimento que a Instituição se propõe a oferecer. A população de São Gonçalo carece de oportunidades de investimento em todos os níveis e setores da economia, mas principalmente naqueles que têm o dom de contribuir eficaz e decididamente para a elevação do patamar da cidadania. A educação, o estudo, tem o dom de agregar valores permanentes ao indivíduo. Valores que instrumentalizam as pessoas para continuar a aprender, para evitar a obsolescência, para ter a capacidade de adaptação a novos paradigmas de trabalho e convivência. Valores que despertam a criatividade, inventividade e originalidade ao descortinar, viabilizar e concretizar solução para os problemas concretos do segmento da inserção social.

A sociedade não resolve os seus problemas sem uma acurada qualidade educacional. O mundo globalizado e competitivo é um mundo cruel com os que não têm o agudo senso da oportunidade histórica. Oportunidade histórica significa capacidade de continuamente reconstruir as competências que se tornam obsoletas. Portanto, de permanentemente refazer a capacidade de solucionar novos problemas. Esta capacidade constitui inestimável ativo da civilização, de um país, de um povo. Socializar a capacidade de refazer competências é a missão dos empresários da educação. Neste sentido caminha a Instituição. Alimenta-a a ânsia de ser promotora da possibilidade de instrumentalização para as pessoas, da constituição e reconstituição das habilidades dos cidadãos e, assim, contribuir de maneira humilde, porém com eficácia e devoção, para o aumento da felicidade que se alimenta da competência e da ética.

I.4. Finalidades

Como instituição de educação superior, a Faculdade Paraíso tem por finalidade: (a) estimular a criação cultural e o desenvolvimento do espírito científico e do pensamento reflexivo; (b) formar recursos humanos nas áreas de conhecimento em que atuar, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, promovendo ações para sua formação continuada; (c) incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência e da tecnologia, da criação e difusão da cultura e o entendimento do homem e do meio em que vive; (d) promover a divulgação de conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade e comunicar o saber através do ensino, de publicações ou de outras formas de comunicação; (e) suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar a correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo

adquiridos numa estrutura intelectual sistematizadora do conhecimento de cada geração; (f) estimular o conhecimento dos problemas do mundo globalizado e, simultaneamente, prestar serviços especializados à comunidade e estabelecer com esta uma relação de reciprocidade e promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios da criação cultural e das práticas investigativas geradas na instituição.

I.5. Áreas de Atuação

A Faculdade Paraíso exerce essas finalidades nas áreas em que está autorizada a atuar, até agora: ciências humanas e sociais, tecnologia e formação de professores. Os cursos e programas que oferece à comunidade pretendem atender à demanda local e regional, ao tempo que formam recursos humanos qualificados para o exercício de profissões e o desenvolvimento de empreendimentos característicos da terra de São Gonçalo e região. A Faculdade Paraíso está ampliando a sua área de atuação, na graduação e na pós-graduação, a fim de melhor cumprir a sua missão como uma instituição de ensino enraizada na comunidade gonçalense.

I.6 – Diretrizes Pedagógicas

A Faculdade Paraíso tem diretrizes pedagógicas fundamentais, que devem sinalizar os projetos pedagógicos dos cursos com seus programas e com ações institucionais: o educando como construtor do próprio conhecimento e o professor como catalisador do processo da aprendizagem. A partir dessas premissas, o professor é entendido como o profissional do ensino, com a responsabilidade de criar condições favoráveis à aprendizagem. E o aluno não será um simples receptor de informações, mas um profissional da aprendizagem que deve aproveitar as condições criadas pelo professor para a construção cada vez mais ampla e profunda de seu próprio saber. As metodologias de ensino devem procurar desenvolver, no educando, a capacidade de análise crítica dos conhecimentos, análise densa dos temas propostos, argumentação sólida e um acompanhamento dos avanços tecnológicos.

I.7 – Objetivos

A Faculdade Paraíso tem por objetivo geral desenvolver o ensino, estimular e incentivar a pesquisa e promover a extensão nas áreas em que atuar. São objetivos específicos formar profissionais qualificados, em seus cursos de graduação, especializar profissionais, em seus cursos de pós-graduação e oferecer oportunidades de educação continuada aos egressos e à comunidade em que está inserida, desenvolver programas de aperfeiçoamento e capacitação para os seus professores, zelar pelas condições de ensino dos cursos e programas ministrados e manter intercâmbio com instituições congêneres e articulação com as organizações da sociedade.

I.8 – Responsabilidade Social

O Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), instituído pela Lei nº 10.861, de 2004, fundamenta-se na necessidade de promover a melhoria da qualidade da educação superior, a orientação da expansão da sua oferta, o aumento permanente da sua eficácia institucional, da sua efetividade acadêmica e social e, especialmente, do aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais. São princípios fundamentais do SINAES: (a) responsabilidade social com a qualidade da educação superior; (b) reconhecimento da diversidade do sistema; (c) respeito à identidade, à missão e à história das IES; (d) compreensão de que a instituição deve ser avaliada a partir de um conjunto significativo de indicadores de qualidade, vistos em sua relação orgânica e não de forma isolada. Pela primeira vez, nas políticas e diretrizes do Ministério da Educação para a avaliação das instituições de ensino superior, aparece a dimensão Responsabilidade Social. O art. 2º da citada lei dispõe que o SINAES, ao promover a avaliação de instituições, de cursos e de desempenho dos estudantes, deverá assegurar: “avaliação institucional, interna e externa, contemplando a análise global e integrada das dimensões, estruturas, relações, compromisso social, atividades, finalidades e responsabilidades sociais das instituições de educação superior e de seus cursos”;

A responsabilidade social de uma instituição de educação superior reflete-se na forma de conduzir e gerenciar as suas funções (ensino/pesquisa/extensão). A IES socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (alunos, professores, técnico-administrativos, prestadores de serviço, comunidade, governo e meio ambiente) e conseguir incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, não apenas dos seus dirigentes e/ou mantenedores ou sócios. Esta IES tem como política de responsabilidade social o atendimento à sua comunidade acadêmica, com qualidade, ética, respeito e dignidade, estendendo à comunidade social os benefícios da produção intelectual e científica de seus professores e alunos.

A responsabilidade social da instituição, considerada especialmente no que se refere à sua contribuição em relação à inclusão social, ao desenvolvimento econômico e social, à defesa do meio ambiente, da memória cultural, da produção artística e do patrimônio cultural e à educação inclusiva, é refletida na/o(s): (a) transferência de conhecimento e importância social das ações universitárias e impactos das atividades científicas, técnicas e culturais, para o desenvolvimento regional e nacional; (b) natureza das relações e parcerias com os setores público, produtivo, com o mercado de trabalho e com instituições sociais, culturais e educativas de todos os níveis; (c) ações voltadas ao desenvolvimento da democracia, promoção da cidadania, de atenção a setores sociais excluídos, a políticas de ação afirmativa; (d) promoção de um clima organizacional que propicie o relacionamento fraterno e harmônico entre todos os segmentos da comunidade acadêmica e com a comunidade externa; (e) efetividade de programas de benefícios a professores e técnico-administrativos, especialmente por intermédio dos planos de capacitação de recursos humanos, de carreira docente e de cargos e salários; (f) concessão de bolsas de estudos, de trabalho, de iniciação científica, de extensão e de monitoria aos alunos que demonstrarem aptidão para essas tarefas, de acordo com a programação anual; (g) incentivo e apoio ao voluntariado.

I.9 – Educação Inclusiva

Esta instituição assume que as diferenças humanas são normais e que, como consequência desse pressuposto, a aprendizagem deve ser adaptada às necessidades do educando, em vez do educando adaptar-se ao processo de aprendizagem. Uma pedagogia centrada no educando atende aos objetivos institucionais e às diferenças do educando, beneficiando a sociedade como um todo. A experiência tem demonstrado que tal pedagogia pode consideravelmente reduzir a taxa de desistência e repetência e ao mesmo tempo garantir índices médios mais altos de rendimento escolar. Uma pedagogia centrada no educando pode impedir o desperdício de recursos e o enfraquecimento de esperanças, tão frequentemente consequências de uma educação de baixa qualidade e de uma mentalidade educacional baseada na ideia de que "um tamanho serve a todos".

A inclusão e a participação são essenciais à dignidade humana e ao pleno exercício da cidadania. Dentro do campo da educação, isto se reflete no desenvolvimento de estratégias que procuram promover a genuína equalização de oportunidades. A educação inclusiva proporciona um ambiente favorável à aquisição de igualdade de oportunidades e participação total dos portadores de necessidades especiais no processo de aprendizagem. O sucesso delas requer um esforço claro, não somente por parte dos professores e dos profissionais da educação, mas também por parte dos colegas, pais, famílias e voluntários.

A educação inclusiva deve reconhecer e responder às necessidades diversas do educando, acomodando ambos os estilos e ritmos de aprendizagem e assegurando uma educação de qualidade a todos, por meio de metodologias de ensino apropriadas, arranjos organizacionais, uso de recursos diversificados e parceria com as organizações especializadas. Atenta a sua responsabilidade social e aos indicadores e padrões de qualidade, estabelecidos pelo Ministério da Educação, nos manuais de avaliação institucional e das condições de ensino, esta instituição adota as seguintes políticas para os portadores de necessidades especiais:

1. Para alunos com deficiência visual, a instituição pode proporcionar, caso seja solicitada, desde o acesso até a conclusão do curso, sala de apoio contendo: (a) sistema de síntese de voz, impressora Braille acoplada a computador ou máquina de datilografia Braille;

- (b) gravador e fotocopadora que amplie textos; (c) aquisição gradual de acervo bibliográfico em fitas de áudio; (d) software de ampliação de tela; (e) equipamento para ampliação de textos para atendimento a aluno com visão subnormal; (f) lupas, régua de leitura; (g) scanner acoplado a computador; e (g) aquisição gradual de acervo bibliográfico dos conteúdos básicos em Braille.
2. Para alunos com deficiência auditiva, a instituição pode proporcionar, caso seja solicitada, desde o acesso até a conclusão do curso: (a) intérpretes de língua de sinais/língua portuguesa, especialmente quando da realização de provas ou revisão, complementando a avaliação expressa em texto escrito ou quando este não tenha expressado o real conhecimento do aluno; (b) flexibilidade na correção das provas escritas, valorizando o conteúdo semântico; (c) aprendizado da língua portuguesa, principalmente na modalidade escrita, para o uso de vocabulário pertinente às matérias do curso em que o estudante estiver matriculado.
 3. Para alunos com deficiência física: (a) eliminação de barreiras arquitetônicas para circulação do estudante, permitindo o acesso aos espaços de uso coletivo; (b) reserva de vagas em estacionamentos nas proximidades das unidades de serviços; (c) rampas com corrimãos ou colocação de elevadores, facilitando a circulação de cadeira de rodas; (d) portas e banheiros com espaço suficiente para permitir o acesso de cadeira de rodas; (e) barras de apoio nas paredes dos banheiros; e (f) lavabos, bebedouros e telefones públicos em altura acessível aos usuários de cadeira de rodas.
 4. Para os professores e pessoal técnico, programa de capacitação para a educação inclusiva, constando, especialmente, da oferta de: (a) informações sobre os portadores de necessidades especiais; (b) cursos, seminários ou eventos similares, ministrados por especialistas; (d) cursos para o entendimento da linguagem dos sinais.
 5. Para a comunidade social, da oferta de: (a) campanhas de sensibilização e de motivação para a aceitação das diferenças; (b) parcerias com as corporações profissionais e com as entidades de classe (sindicatos, associações, federações, confederações etc.) com o objetivo de ações integradas Escola/Empresa/Sociedade civil organizada para o reconhecimento dos direitos dos portadores de necessidades especiais, como direitos humanos universais; (c) integração Escola/Empresas para a oferta de estágios profissionais com adequadas condições de atuação para os portadores de necessidades especiais.

I.10 – Metas Institucionais

A Faculdade Paraíso, tendo presente a sua missão e objetivos, possui como metas institucionais permanentes: (a) Centro de excelência acadêmica, científica e tecnológica; (b) Tornar-se um polo irradiador de cultura e cidadania; (c) Ser provedora de informações para a sociedade; (d) Ser um referencial para formação, atuação e desenvolvimento profissional; (e) Ser uma instituição com imagem de reconhecida competência e credibilidade; (f) Tornar-se um núcleo de recrutamento, seleção treinamento e desenvolvimento dos valores humanos de organizações públicas e privadas; (f) ser participante efetiva, através de seus integrantes, dos órgãos de administração pública, privada e de representação; (g) Ser um polo de convergência de recursos aplicados na educação, oriundos da área pública e privada; (h) Fortalecer e consolidar os seus cursos e programas de graduação, mediante ações contínuas para a melhoria desse nível de ensino.

II – PROCESSO DE ENSINO-APRENDIZAGEM

II.1 – Fundamentos

A construção de um projeto pedagógico fundamentado nos valores institucionais deve levar em consideração as seguintes premissas: (a) A contínua reconstrução do conhecimento tem seu ponto de partida nas concepções prévias dos estudantes; (b) A construção e a reconstrução permanente do conhecimento se concretiza no confronto entre as concepções criadas e recriadas no universo social em que o aluno se insere, provocando a incessante reconstrução de significados; (c) A aprendizagem cooperativa favorece a autonomia, a criatividade, a iniciativa, a solidariedade e o compromisso com a melhoria contínua do processo de ensino-aprendizagem; (d) O poder de análise e a reflexão crítica constituem pilares fundamentais deste processo e deve ser traduzida pela competência da produção de textos e da argumentação sólida dos discursos. (e) A competência construtiva do conhecimento está igualmente ancorada na permanente busca e gerenciamento de informações, na capacidade de resolver problemas e de tomar decisões.

II.2. Conhecimentos e Relação Professor/Aluno

Uma das funções sociais das instituições de ensino é a de criar condições que garantam o desenvolvimento de capacidades e a aprendizagem significativa. Neste sentido, a construção de um projeto pedagógico requer a atenção e o compromisso de re-significar práticas, objetos de trabalho e relações, na busca incessante pela melhoria permanente dos processos que envolvem o ensino e a aprendizagem. Deste modo, entende-se: (a) O conhecimento, como a construção permanente de significados; (b) O ensino, como o processo de contribuir com a construção permanente de significados; (c) O conteúdo, como a conexão fatos, conceitos, procedimentos, atitudes, normas e valores. (d) A avaliação como instrumento fundamental de melhoria contínua da instituição, do projeto pedagógico e do processo de ensino-aprendizagem; (e) O aluno, como cidadão construtor do conhecimento e da sociedade; (f) O professor, como principal parceiro do aluno, comprometido com o exercício ativo e criativo de orientação, mediação e incentivo.

II.3. Praxis

Na prática, o processo de ensino-aprendizagem deve expressar: (a) O comprometimento com os valores institucionais e éticos, a consideração do contexto social e o estímulo à aprendizagem participativa e cooperativa, em detrimento de um enfoque meramente acadêmico e isolado. (b) A aprendizagem significativa e construtiva, a partir do incentivo à análise e à reflexão crítica sobre fatos e situações, em detrimento de uma aprendizagem mecânica e automática. (c) A relação participativa e a troca permanente de experiências, em detrimento da acumulação solitária de informações e das relações autoritárias.

III – REVISÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO

III.1. Criação e Reconhecimento do Curso

O Curso de Turismo da FAP foi criado no ano de 2000, consolidando o atendimento a uma das maiores demandas da comunidade de São Gonçalo, na medida em que acenava com a ampliação das opções de formação em nível superior e, conseqüentemente, das possibilidades de inserção da comunidade em um mercado de trabalho emergente. Em 2004, o curso consagrou-se pelo reconhecimento do MEC, ganhando, a partir de então, a possibilidade de tornar-se referência acadêmica no estado do Rio de Janeiro.

III.2. Concepção do Curso

Quando proposta pela Associação Educacional Souza Graff S/C Ltda, a concepção do Curso de Turismo levou em consideração vários problemas enfrentados pelo setor. Dentre eles, estava a observação de que o Brasil não constava do rol dos principais destinos turísticos internacionais, apesar de seu imenso e incontestável potencial turístico. Outra consideração dizia respeito à competitividade do mercado turístico e de sua contribuição como setor econômico, especialmente em relação à geração de emprego e renda, invocando a crescente necessidade de qualificação de recursos humanos para atender a uma gama complexa de atividades. Apoiada neste cenário altamente promissor, a concepção do Curso de Turismo se deu a partir de determinados estudos sobre os cursos então ministrados por instituições de ensino superior em âmbito nacional, levando em conta igualmente a evolução das ações profissionais dos bacharéis em turismo. Idealizou-se um curso cuja organização curricular, metodologias e atividades práticas (curriculares e extracurriculares) pretendia conduzir à formação de um profissional versátil e empreendedor, com capacidades de comunicabilidade, dinamismo, criatividade, liderança, responsabilidade social e conhecimento de línguas, preparando o egresso para as exigências do mercado e despertando nele a atenção para os problemas sociais, culturais, ecológicos, políticos e econômicos que acompanham o crescimento vertiginoso do turismo e do lazer, no Brasil e no mundo.

III.3 – Justificativa de Revisão

Ao longo dos últimos anos, o Curso de Turismo da FAP esbarrou em dificuldades inerentes ao que é novo, além de enfrentar outras fragilidades encontradas no âmbito das instituições de ensino de modo geral, tais como as deficiências na formação básica e secundária e o índice relativamente alto de evasão dos alunos. Muitos esforços foram feitos com vistas à melhoria do curso, inclusive com revisão da grade curricular do mesmo em janeiro de 2005. Contudo, o projeto pedagógico permaneceu inalterado, levantando a preocupação com a sua necessária e urgente revisão.

Há que se ter atenção, ainda, para o fato de ser o turismo um campo ainda recente de estudos e uma área extremamente dinâmica, com impactos diretos no mercado de trabalho, suscitando o cuidado e a revisão permanentes na condução dos seus processos de formação acadêmica e profissional. Por outro lado, as mudanças na configuração dos cursos de turismo promovidas pelo MEC passaram a trazer orientações que precisariam ser incorporadas ao projeto pedagógico original, ensejando a sua conformidade com as recomendações legais e a busca pela melhoria contínua. Isto se soma a recentes mudanças institucionais da FAP, não só no âmbito infra-estrutural (com a aquisição de novos equipamentos, por exemplo), mas também em relação às macro-diretrizes que refletidas na aprovação de dez novos cursos pelo MEC, totalizando hoje quinze ao invés de cinco, fazendo crer na urgência da reconstrução de um projeto pedagógico para o Curso de Turismo capaz de agregar novos paradigmas e experiências.

Deste modo, a nova versão do projeto pedagógico do Curso de Turismo da FAP, norteadas pelos valores institucionais, fundamentou-se em algumas pesquisas nesta área e estimulou o processo participativo, observando os depoimentos de professores, alunos e ex-alunos desta e de outras

instituições, assim como de profissionais do setor turístico que conhecem na prática a realidade do mercado brasileiro.

Sem que houvesse prejuízo dos objetivos que fundamentaram o projeto original do Curso de Turismo na FAP, alguns ajustes foram feitos no corpo maior do documento, apenas a título de atualização. Contudo, a revisão do projeto pedagógico tornou-se mais premente nos aspectos que consideram o perfil do profissional e que desencadeiam, conseqüentemente, novas necessidades curriculares com vistas a uma formação que busca a excelência. Neste aspecto, foram consideradas especialmente as mudanças havidas no setor turístico, assim como as recomendações e orientações do MEC.

IV – O CURSO DE TURISMO

O Curso possui autorização do MEC através da Portaria N.º 605, de 3 de maio de 2000, publicada no DOU N.º 86-E, de 5/5/2000, Seção 1, página 9. Tendo o reconhecimento estabelecido através da Portaria N.º 3.138, de 4 de outubro de 2004 publicada no DOU N.º 193, de 6/10/2004, Seção 1, página 7

IV.1 – Funcionamento

O Curso de Turismo da FAP oferece 100 (cem) vagas anuais distribuídas em dois ingressos, totalizando 50 (cinquenta) vagas por semestre. As turmas são de, no máximo, 50 (cinquenta) alunos. Nas atividades práticas, as turmas terão as dimensões recomendadas pelo professor. Xxx há um acerto nas vagas a fazer xxx Seriado semestral, em módulo de 20 semanas em período noturno. O curso tem duração de 2.400 h/a, com tempo de integralização no mínimo de sete e no máximo de doze semestres letivos.

<i>Dados Básicos do Curso</i>	
Vagas manhã	50
Vagas noite	50
Máximo de alunos por turma	50
Duração em horas/aula	2.400
Semestres	7

IV.2 – Missão

Contribuir para o desenvolvimento sustentável do Turismo e para o aprimoramento das organizações e prestadoras de serviços turísticos locais, regionais, nacionais, internacionais, através da formação de fatores humanos qualificados em programas de graduação, pós-graduação e cursos de extensão com padrões de excelência e pautados pela responsabilidade social e o exercício da cidadania.

IV.3 – Objetivos

Preparar profissionais capazes de compreender os diversos aspectos do fenômeno turístico e de contribuir de modo responsável, autônomo e crítico para o desenvolvimento sustentável do setor, fornecendo-lhes instrumentos fundamentais para exercício da profissão em planejamento, gestão e marketing de atividades e empreendimentos turísticos.

IV.4 – Perfil Profissional

O Bacharel em Turismo formado pela Faculdade Paraíso deve estar apto à atuação crítica e consciente como agente de uma ação social transformadora, ressaltando-se a importância do seu envolvimento em atividades de pesquisa e o incentivo à sua educação continuada.

A orientação do Curso de Turismo que enseja a formação desse profissional é orientada pelos seguintes preceitos legais: (a) Ampla liberdade da FAP na composição da carga horária a ser cumprida para a integralização dos currículos, assim como na especificação das unidades de estudos a serem ministradas; (b) Esforço para evitar o prolongamento desnecessário da duração dos cursos de graduação; (c) Incentivo a uma sólida formação geral, necessária para que o futuro graduado possa vir a superar os desafios de renovadas condições de exercício profissional e de produção do conhecimento; (d) Estimulo às práticas de estudo independentes, visando a uma progressiva autonomia profissional e intelectual do aluno; (d) Encorajamento ao

aproveitamento do conhecimento, habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar, inclusive as que se referiram à experiência profissional julgada relevante para a área de formação considerada; (e) Fortalecimento da articulação da teoria com a prática, valorizando a pesquisa individual e coletiva, assim como os estágios e a participação em atividades de extensão, as quais poderão ser incluídas como parte da carga horária; (f) Processo avaliativo periódico com instrumentos variados e que sirvam para informar a docentes e a discentes acerca do desenvolvimento das atividades didáticas; (g) Autonomia na definição do currículo do curso, a partir da explicitação das competências e as habilidades que se deseja desenvolver, através da organização de um modelo pedagógico capaz de adaptar-se à dinâmica das demandas da sociedade, em que a graduação passa a constituir-se numa etapa de formação inicial no processo contínuo de educação permanente; (h) Proposição de uma carga horária mínima em horas que permita a flexibilização do tempo de duração do curso de acordo com a disponibilidade e esforço do aluno; (i) Otimização da estruturação modular do curso com vistas a permitir um melhor aproveitamento dos conteúdos ministrados; (j) Inclusão das atividades de estágio e demais atividades que integrem o saber acadêmico à prática profissional, incentivando o reconhecimento de habilidades e competências adquiridas fora do ambiente escolar. (k) Observa, ainda, as tendências apontadas pelo Conselho Nacional de Educação do MEC para a possibilidade de inclusão no projeto pedagógico do oferecimento de cursos de Pós-Graduação lato sensu, de acordo com as efetivas demandas de desempenho profissional e a exclusão das habilitações e ênfases.

Considera-se igualmente o Parecer da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação que aprova o Parecer CNE/CES nº 67/2003, em 11/03/2003, e que trata do Referencial para as Diretrizes Curriculares Nacionais – DCN dos Cursos de Graduação, orientando sobre as perspectivas norteadoras dos projetos pedagógicos dos cursos de graduação, com base em elementos do Parecer nº 146/2002 daquele mesmo órgão.

Nesta perspectiva, ao contrário do que indicava antes a obrigatoriedade de currículos mínimos, as Diretrizes Curriculares Nacionais “ensejam a flexibilização curricular e a liberdade de as instituições elaborarem seus projetos pedagógicos para cada curso segundo uma adequação às demandas sociais e do meio e aos avanços científicos e tecnológicos, conferindo-lhes uma maior autonomia na definição dos currículos plenos dos seus cursos”. Reza ainda o parecer que “as Diretrizes Curriculares Nacionais orientam-se na direção de uma sólida formação básica, preparando o futuro graduado para enfrentar os desafios das rápidas transformações da sociedade, do mercado de trabalho e das condições de exercício profissional”, acenando para a preparação de “um profissional adaptável a situações novas e emergentes”.

Finalmente, o Parecer CNE/CES nº 67/2003 ratifica que as Diretrizes Curriculares Nacionais têm o propósito de nortear as instituições de ensino superior para “estabelecer um perfil do formando no qual a formação de nível superior se constituísse em processo contínuo, autônomo e permanente, com uma sólida formação básica e uma formação profissional fundamentada na competência teórico-prática, observada a flexibilização curricular, autonomia e a liberdade das instituições de inovar seus projetos pedagógicos de graduação, para o atendimento das contínuas e emergentes mudanças para cujo desafio o futuro formando deverá estar apto”.

As recomendações orientadoras do Parecer CES/CNE nº 146/2002, no que se refere ao perfil do egresso nos Cursos de Turismo, são as seguintes:

“Quanto ao perfil desejado, o curso de graduação em Turismo deverá oportunizar a formação de um profissional apto a atuar em mercados altamente competitivos e em constante transformação, cujas opções possuem um impacto profundo na vida social, econômica e no meio ambiente, exigindo uma formação ao mesmo tempo generalista, no sentido tanto do conhecimento geral, das ciências humanas, sociais, políticas e econômicas, como também de uma formação especializada, constituída de conhecimentos específicos, sobretudo nas áreas culturais, históricas, ambientais, antropológicas, de Inventário do Patrimônio Histórico e Cultural, bem como o agenciamento, organização e gerenciamento de eventos e a administração do fluxo turístico” (p. 15).

No que se refere às competências e habilidades requeridas temos que: “O curso de graduação em Turismo deve possibilitar formação profissional que revele, pelo menos, as seguintes competências e habilidades: (a) compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo;

(b) utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais; (c) positiva contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo; (d) domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais; (e) domínio e técnicas de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos; (f) adequada aplicação da legislação pertinente; (g) planejamento e execução de projetos e programas estratégicos relacionados com empreendimentos turísticos e seu gerenciamento; (h) intervenção positiva no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados; (i) classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e de outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão; (j) domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana; (k) domínio de métodos e técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista; (l) comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos específicos e da interpretação da realidade das organizações e dos traços culturais de cada comunidade ou segmento social; (m) utilização de recursos turísticos como forma de educar, orientar, assessorar, planejar e administrar a satisfação das necessidades dos turistas e das empresas, instituições públicas ou privadas, e dos demais segmentos populacionais; (n) domínio de diferentes idiomas que ensejem a satisfação do turista em sua intervenção nos traços culturais de uma comunidade ainda não conhecida; (o) habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos; (p) integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares interagindo criativamente nos diferentes contextos organizacionais e sociais; (q) compreensão da complexidade do mundo globalizado e das sociedades pós-industriais, onde os setores de turismo e entretenimento encontram ambientes propícios para se desenvolverem; (r) profunda vivência e conhecimento das relações humanas, de relações públicas, das articulações interpessoais, com posturas estratégicas para o êxito de qualquer evento turístico; (s) conhecimentos específicos e adequado desempenho técnico-profissional, com humanismo, simplicidade, segurança, empatia e ética.” (p. 15-16) (t) Somando-se a essas orientações, a percepção apurada entre profissionais do setor, professores e alunos do Curso de Turismo da FAP serviu também de base para o desenho do perfil do Bacharel em Turismo como aquele profissional que deve ser capaz de aplicar com eficiência os seus conhecimentos e de traduzir a construção de sua autonomia crítica em efetiva contribuição para o desenvolvimento sustentável do setor turístico.

V – ESTRUTURA CURRICULAR

A missão e objetivos do Curso de Turismo, ancorados nas macro-diretrizes da Faculdade Paraíso, encontram-se traduzidos na nova matriz curricular que, antes de aprovada, passou pelo crivo de professores e alunos, com vistas ao processo participativo valorizado no âmbito da instituição. O planejamento curricular encontra apoio, igualmente, nas orientações do Parecer CES/CNE nº 146/2002, resultando, fundamentalmente, da reflexão sobre o perfil do profissional que se pretende formar e da qualidade diferencial que se pretende oferecer para esta formação.

Desenhada em três eixos de sustentação – Planejamento, Gestão e Marketing do Turismo – a matriz curricular contempla conteúdos e práticas integrados e articulados entre os períodos, propiciando o encadeamento necessário à preparação do estudante para o mercado de trabalho.

A matriz curricular está disposta de tal modo que mescla gradativa e complementarmente conteúdos fundamentais com outros mais específicos da profissão de Bacharel em Turismo, propondo o contato com a realidade do mercado de trabalho desde o ingresso do estudante no curso.

As atividades complementares, como instrumento da interdisciplinaridade e como ambiente propício ao desenvolvimento de novos campos ou temas emergentes, da área do curso, passam a ser oferecidas através de um evento anual a ser planejado e organizado pelos próprios alunos, supervisionados pelos docentes das disciplinas envolvidas. Além disto, outras propostas de relações interdisciplinares passaram a ser oferecidas aos estudantes, tais como a participação em eventos e viagens técnicas que integram todos os períodos do curso. Essas práticas têm tido resultados de evidente melhoria dos processos de integração e cooperação entre alunos e professores de uma forma global, oferecendo a todos uma visão holística do curso.

O desenvolvimento dos conhecimentos e habilidades para a formação das competências técnicas e comportamentais pretendidas gerais para a formação em turismo na FAP encontra apoio, portanto, em uma organização disciplinar que contempla disciplinas de formação fundamental, no campo da Filosofia, Sociologia, Economia, Geografia, Tecnologia da Informação e Direito, contempladas ao longo dos períodos do curso de tal modo que facilitem a abertura de portas para outras discussões mais específicas. A Produção de Textos é também incentivada a partir do ingresso do estudante no curso, assim como as boas posturas do profissional, através das Técnicas de Comunicação. Evidentemente, existe a preocupação permanente de que todos os conteúdos sejam permanentemente interligados com o Turismo.

Em relação ao incentivo à produção escrita, há que se fazer nota de que a Faculdade Paraíso estimula a participação de alunos e professores nos espaços de expressão e comunicação oferecidos pela Revista Científica FAP, de circulação anual. A produção científica encontra apoio através da possibilidade de publicação de artigos também na revista produzida pela Universidade Lusófona.

As competências em Planejamento têm por amparo básico e indispensável as disciplinas que servem à reflexão sobre Turismo e Meio Ambiente e que formam na Teoria Geral do Turismo e em Planejamento e Organização do Turismo, encontrando o caminho da especificação em disciplinas que contemplam o Planejamento Regional e Local do Turismo e a Elaboração e Análise de Projetos Turísticos.

As competências em Gestão devem ser desenvolvidas a partir do estudo das Teorias Contemporâneas da Administração, com desdobramento em uma formação que garanta conhecimentos gerais em Planejamento Estratégico e que sirvam ao Desenvolvimento de Relações Interpessoais, com noções de práticas em Matemática Financeira e Contabilidade através do contato com os Cálculos Gerenciais.

Quanto ao Marketing, este está contemplado por disciplinas gerais que somam carga horária bastante superior ao antes praticado no curso, além de buscar na fonte da Estatística as bases para pesquisas da oferta e demanda turística.

Os aspectos culturais merecem destaque e, na formação de competências do Bacharel em Turismo da FAP, são valorizados em disciplinas que contemplam Antropologia Cultural, História das Civilizações e História do Brasil, e em especial a História da Arte e do Patrimônio Cultural.

Os idiomas, fundamentais para o profissional de Turismo, buscam a ênfase na conversação, oferecendo formação geral em Inglês e Espanhol.

Além da formação geral em Organização de Eventos, outras competências técnicas procuram ser desenvolvidas no curso através de conhecimentos em Sistema de Transportes Turísticos, Lazer e Entretenimento, e em práticas de Gestão em Hospedagem, Gestão de Agências e Operadoras de Viagem e Gestão em Serviços de Alimentos e Bebidas.

Durante o curso a pesquisa deve ser sempre incentivada, e o quadro final de formação deve ser representado pelo Trabalho Final de Conclusão de Curso, preparado antes pelos estudos em Metodologia da Pesquisa Científica.

Na parte relativa à aplicação prática dos conhecimentos adquiridos o estudante deverá, participar do Estágio Supervisionado em empresas prestadoras de serviços turísticos, bem como em eventos sediados pela instituição ou em outros ambientes.

O Estágio Supervisionado deverá obedecer a regulamento próprio, sendo orientado por um grupo de professores previamente selecionados pela Coordenação do Curso e conforme autorização da Direção Acadêmica da FAP.

VI – AVALIAÇÕES

A apuração do rendimento escolar é feita por disciplina, abrangendo os aspectos de assiduidade e aproveitamento, eliminatórios por si mesmo. A assiduidade é verificada pela frequência as aulas e atividade de cada disciplina, de acordo com a legislação em vigor (LDB). O aproveitamento é aferido, em cada disciplina, mediante a exigência da assimilação progressiva dos conhecimentos ministrados, avaliados em provas e em outras tarefas ministradas ao longo do período letivo.

XXX citar o Regimento Acadêmico XXX

VII – ESTÁGIO SUPERVISIONADO

VII.1 – Disposições Gerais

O Estágio Supervisionado faz parte do currículo pleno e, portanto, é obrigatório para a obtenção do diploma. É parte integrante do curso de Turismo e condição indispensável para a conclusão do mesmo. É realizado em conformidade com a Lei Nº 11.788 de 25 de setembro de 2008. O estágio deve ser realizado sob responsabilidade e coordenação da instituição de ensino, à qual cabe a decisão sobre a matéria, sendo necessária a existência de um instrumento jurídico (convênio) entre a unidade concedente do estágio e a instituição de ensino, onde estarão acordadas as condições de realização do estágio.

VII.2 – Objetivos

O estágio tem por objetivo proporcionar ao aluno uma experiência profissional, possibilitando o desenvolvimento de habilidades e competências, o aprimoramento pessoal, profissional e de relacionamento interpessoal além da inserção no campo profissional. Visa integrar o processo ensino aprendizagem, favorecer a atualização e o uso de novas tecnologias, incentivar a iniciação científica e ser o elo entre a empresa e a instituição de ensino. Além de atenuar o impacto da passagem da vida estudantil para o mercado de trabalho, o estágio deverá possibilitar ao aluno a aplicação prática dos conteúdos teóricos aprendidos, facilitando a melhor assimilação das disciplinas curriculares. Consiste, ainda, em instrumento de auto-avaliação sobre a escolha profissional do aluno, servindo como indicativo para a supressão de eventuais deficiências na sua formação acadêmica e orientação na continuidade dos seus estudos de especialização.

VII.3 – Pré-Requisitos

1. O aluno deverá possuir embasamento teórico que possibilite o entendimento dos objetivos propostos para cada atividade.
2. O aluno deverá estar matriculado no módulo referente a estágio supervisionado.
3. A empresa ou instituição concedente do estágio, deverá firmar um Termo de Compromisso entre as partes, com interveniência da IES.
4. O estágio supervisionado será realizado em organizações legalmente constituídas, como órgãos públicos, empresas privadas, organizações estatais, órgãos representantes de classe e outros diretamente ligados ao turismo.

VII.4 – Constituição do Estágio

1. O estágio terá duração mínima de 400 horas, distribuídas no decorrer do curso podendo ser cumprido em uma ou mais organizações que contemplem atividades de uma das áreas de concentração do Turismo: (a) Planejamento Turístico; (b) Gestão do Turismo; (c) Marketing Turístico; (d) Agenciamento; (e) Transporte Turístico; (f) Hospedagem; (g) Eventos.
2. Serão considerados dois níveis de estágio: Pré-Profissional e Profissional. Considerar-se-á estágio pré-profissional o desempenho de atividades em uma das áreas de concentração do Turismo, desde que não haja vínculo com empresa prestadora de serviços turísticos. Este nível deverá somar 90 horas. Ocorrerá nas disciplinas de Estágio Supervisionado I, no 4º período, e Estágio Supervisionado II, no 5º período. No Estágio Supervisionado I a ser realizado no 4º período, o aluno deverá perfazer 30 horas. E, no Estágio Supervisionado II a ser executado no 5º período, 60 horas. Após a conclusão integral das disciplinas do 1º período, o aluno poderá solicitar, à coordenação do curso, antecipação das disciplinas de Estágio Supervisionado I e II a serem desempenhadas no 4º e 5º períodos, devendo para tanto, matricular-se nas mesmas.

3. Considerar-se-á estágio profissional aquele de iniciação profissional, que colocará o discente diretamente no mercado de trabalho, através da inserção em empresa prestadora de serviços turísticos em uma das áreas de concentração acima citadas, sob acordos ou convênios de estágio entre a empresa cedente e a IES ou através de Centros de Integração. Deverá somar 160 horas. Este nível ocorrerá nas disciplinas de Estágio Supervisionado III, no 6º período, e Estágio Supervisionado IV, no 7º período. Em estágio III, a ser realizado no 6º período o aluno deverá perfazer um total de 30 horas e em estágio IV, a ser realizado no 7º período o aluno deverá cumprir 130 horas.
4. Após a conclusão integral das disciplinas do 1º e 2º períodos, o aluno poderá solicitar, à coordenação do curso, a antecipação das disciplinas de Estágio Supervisionado III e IV a serem efetuados respectivamente no 6º e 7º períodos. Para tanto, deverá matricular-se nas mesmas.
5. O aluno que já possua experiência profissional na área de turismo, poderá obter equivalência do estágio profissional e pré-profissional através da apresentação de documento oficial que comprove a experiência. O aluno deverá estar matriculado nas disciplinas de estágio correspondentes a estes níveis.
6. Outras experiências adquiridas pelos alunos, relacionadas ao setor turístico, poderão servir para integralizar os créditos de estágio supervisionado, desde que sejam aprovadas pelo professor responsável pelo estágio.
7. O aluno que desejar suspender a realização do seu estágio, deverá comunicar, por escrito, ao professor responsável pelo estágio e a empresa concedente do mesmo com antecedência de 20 dias.
8. Caso o aluno não faça a comunicação, será considerado desistente e ficará impedido de assumir novo estágio por um prazo de dois meses.

VII.6 – Da Supervisão do estágio

A supervisão do estágio é realizada por um professor da FAP, especialmente designado para tal tarefa. Cabe ao supervisor: (a) Oferecer orientação ao aluno em aspectos referentes à área temática do estágio; (b) Sempre que julgar necessário, discutir o andamento das atividades de estágio com o aluno e/ou coordenação do curso; (c) Apreciar, aprovando ou rejeitando as propostas de estágio oferecidas ao aluno; (d) Realizar a supervisão dos estágios orientando o aluno no desenvolvimento de seu trabalho e auxiliando-o nas soluções das eventuais dificuldades; (e) Manter o aluno informado sobre as normas, da IES, sobre estágio, principalmente no que tange a prazos, desenvolvimento de conteúdos e critérios de avaliação.

VII.7 – Avaliação

O professor responsável pelo Estágio procederá a avaliação baseado no cumprimento das etapas previstas, conforme exposto abaixo:

Entrega de relatórios parciais contendo a parte descritiva do diagnóstico, com caracterização da empresa, objetivos da atividade, área envolvida, dentre outros.

O relatório parcial deverá seguir as normas da Instituição de Ensino.

É importante que o aluno tome como referência o conteúdo das disciplinas, para as observações feitas nas atividades.

Os relatórios parciais deverão ser entregues após o término de cada disciplina de estágio, no período de avaliação da IES.

Os relatórios parciais deverão ser acompanhados de documentos que comprovem a realização da atividade.

Ao término do curso deverá ser entregue um relatório final. Este agregará:

Os relatórios parciais.

Toda a documentação comprobatória das atividades.

Introdução descritiva das áreas de concentração onde as atividades foram desenvolvidas.

Os objetivos gerais do estágio.

Conclusão com análise reflexiva sobre o estágio comentando se os objetivos foram atingidos e qual a relevância do estágio desenvolvido para a formação do futuro bacharel em turismo.

Considerar-se-á aprovado o aluno que cumprir a carga horária de 400 horas, bem como, as demais exigências deste normativa.

No relatório final, a ser entregue no final do curso, o aluno deverá fazer um relato sobre as atividades desenvolvidas, ressaltando a importância destas para o profissional de turismo.

Os casos omissos nesta normativa serão decididos pela coordenação do curso.

10. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

Segundo a LDB 9.394/96, entende-se por atividades complementar projeto de pesquisa, monitoria, iniciação científica, projeto de extensão, módulos temáticos, seminários, simpósios, congressos, conferências, visitas e viagens técnicas, cinema, teatro, além de disciplinas oferecidas por outras Instituições de Ensino ou de regulamentação e supervisão do exercício profissional, ainda que esses conteúdos não estejam previstos no currículo pleno da Instituição, mas neles podem ser aproveitados porque circulam em um mesmo currículo, de forma interdisciplinar, e se integram com os demais conteúdos realizados.

Assim, estas normas disciplinam a oferta, o funcionamento e o registro acadêmico dos Estudos Independentes ou Atividades Complementares, contempladas pelo de graduação em Turismo, ministrado pela Faculdade Paraíso, sendo o seu integral cumprimento indispensável para a obtenção do grau correspondente.

Os Estudos Independentes ou as Atividades Complementares devem criar mecanismos de aproveitamento de conhecimentos, adquiridos pelo estudante, em atividades extracurriculares e de interesse para sua formação pessoal e profissional.

São consideradas atividades que podem integrar os Estudos Independentes:

- iniciação científica, desenvolvida sob supervisão docente e aprovada pelo colegiado do curso;
- atividades de extensão, sob coordenação docente, na forma de cursos ou serviços, aprovadas pelo colegiado de curso;
- monitorias em disciplinas pertencentes ao currículo do curso;

- estágios extracurriculares desenvolvidos com base em convênios firmados pela Faculdade, em qualquer das funções do Turismo e das habilitações oferecidas;
- eventos científicos ou culturais diversos (seminários, simpósios, congressos, conferências e similares) da área de turismo ou área afim;
- disciplinas pertencentes a outros cursos superiores, de graduação ou seqüenciais, da própria Faculdade ou de outras instituições de ensino superior;
- programas de atividades corporativas;
- atividades que o Conselho de Curso aprovar.

Para o registro acadêmico, o estudante deve apresentar à Coordenadoria do Curso, documento original ou cópia autenticada, no qual seja discriminado o conteúdo dos estudos, a duração, o período e a organização ou professor responsável, quando o evento for realizado por instituição estranha à Faculdade Paraíso.

À Coordenadoria do Curso compete avaliar os estudos ou atividades realizados pelo aluno, enquadrá-los no quadro que se segue e encaminhar, à Secretaria da Faculdade, os comprovantes necessários ao registro acadêmico.

As atividades que integram os Estudos Independentes devem ser desenvolvidas ao longo do curso, não podendo, todavia, serem realizadas integralmente em um ano ou série semestral.

O presente conjunto de normas só pode ser alterado mediante decisão do colegiado.

Compete ao colegiado do curso dirimir dúvidas referentes à interpretação destas normas, bem como suprir as suas lacunas, expedindo os atos complementares que se fizerem necessários.

O registro acadêmico dos Estudos Independentes é promovido de acordo com o quadro seguinte e procedimentos fixados pela Coordenadoria do Curso, com um total de 200 horas:

**QUADRO DE ATIVIDADES QUE INTEGRAM OS ESTUDOS INDEPENDENTES
OU
ATIVIDADES COMPLEMENTARES**

ATIVIDADES	CARGA HORÁRIA MÁXIMA POR ATIVIDADE
Iniciação científica	40
Extensão	40
Monitoria	40
Estágios extracurriculares	40
Eventos científicos ou culturais diversos da área do curso	40
Disciplinas pertencentes a outros cursos superiores, de graduação ou sequenciais, da própria faculdade ou de outras instituições de ensino superior	40
Participação em atividades da empresa júnior ou similar	40
Estudo de idioma estrangeiro	40
Cursos de informática	40
Programas de educação corporativa	40
Voluntariado	40
Visita técnica	40
Viagem técnica	40
Viagem de turismo	40
Cinema	20
Shows	20
Jogos de campeonatos	20
Curso na área de turismo	80

11.1 CURSOS DE EXTENSÃO

Ao longo da implantação do curso de turismo e de sua continuidade, propor-se-á a ocorrência de cursos de extensão visando atualização de conhecimentos e técnicas do setor.

De acordo com a especificidade de cada curso oferecido, poderá haver a disponibilidade de vagas para membros da comunidade.

Cursos ao nível de *Latos* e *Stricto* poderão ser desenvolvidos *a posteriori*.

11.2 ESTUDOS DE CAMPO

Eventos

Ao longo de todo o curso, se terá a preocupação em divulgar e fomentar a ida dos discentes em eventos sobre o setor visando aprimoramento de seus conhecimentos.

Também se propõe realizar eventos científicos direcionados ao planejamento e desenvolvimento turístico brasileiro e local. Colocando a comunidade acadêmica do curso de turismo em contato com profissionais atuantes nos diversos segmentos do mercado turístico bem como a comunidade ao entorno.

Monitorias

O curso de Turismo pretende adotar o sistema de monitoria com o objetivo de ser uma atividade auxiliar exercida por alunos regularmente matriculados e que atendam às condições estabelecidas pelo Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).

A seleção para a função de monitor se dará através de prova de seleção específica, organizada por uma Comissão composta pelo coordenador do curso e por professor(es) da(s) disciplina(s) envolvida.

O processo seletivo deverá compor-se por avaliação de histórico escolar, prova escrita e entrevista divulgadas com antecedência mínima de 15 (quinze) dias da data da prova. O aluno só poderá se candidatar se já tiver cursado a disciplina para a qual se candidata e obtido média igual ou superior a 7 (sete). Considerar-se-á aprovado na prova escrita, aquele que obtiver grau superior a 8 (oito).

Ao monitor competirá:

- a) Auxiliar o professor na condução de trabalhos práticos e na preparação de material didático experimental, tanto em sala de aula como em laboratório;
- b) Auxiliar o professor na orientação dos alunos para esclarecimento de dúvidas e/ou realização de exercício, tanto em sala de aula quanto em laboratório;
- c) Cumprir carga horária de 10h semanais, em horário elaborado pelo professor responsável e pelo coordenador do curso e que não conflite com suas obrigações discentes, em função das disciplinas em que estiver matriculado;
- d) O monitor desempenhará suas funções durante dois períodos letivos consecutivos;
- e) O monitor não poderá, em qualquer hipótese, substituir o docente em aulas teóricas ou práticas, nem desempenhar atividades administrativas;

- f) Ao término de cada período letivo, o monitor deverá apresentar relatório das atividades desempenhadas devidamente apreciada e avaliada pelo professor responsável em conjunto com o coordenador;
- g) Durante os períodos de férias, o monitor estará desobrigado de suas funções, tendo em vista a inexistência de vínculo empregatício com a Instituição;
- h) Não será permitida a acumulação de monitoria;
- i) A dispensa da monitoria poderá ser solicitada, a qualquer tempo, tanto pelos alunos como pelo coordenador e/ou professor responsável, após fundamentação. A vaga decorrente da dispensa do monitor será preenchida pelo candidato classificado imediatamente após o dispensado, e pelo período restante de validade da prova da seleção;
- j) Caberá ao professor da disciplina a elaboração do plano de monitoria contendo as orientações específicas para a disciplina, tais como atividade, cronograma, metodologias e avaliações de desempenho;
- k) A frequência às atividades da monitoria será acompanhada pelo professor responsável, indicando as faltas ocorridas no período.

11.3 PESQUISAS E PROJETOS

O ensino e a pesquisa, como atividades fundamentais do curso de Turismo, deverão realizar-se em sistema de recíproca colaboração, visando ao aperfeiçoamento didático, ao desenvolvimento científico e ao benefício da comunidade.

O curso de Turismo atenderá, primordialmente, à execução de atividades de pesquisa nas áreas de conhecimento a que se destinam. Será especialmente estimulados a divulgação das pesquisas executadas pela Instituição e seu intercâmbio com entidades congêneres. As atividades de pesquisa deverão ser atendidas pelos professores e pesquisadores de sua lotação.

A efetivação das pesquisas e projetos serão realizadas no Laboratório de Turismo que tem por objetivo:

- a) Desenvolver pesquisas principalmente relacionadas ao planejamento;
- b) Incentivar e/ou apoiar a produção científica de docentes e discentes do curso;
- c) Fomentar as relações entre a Instituição e o mercado de trabalho;
- d) Promover o intercâmbio com outras instituições de ensino;
- e) Apoiar a realização de viagens e visitas técnicas.

Entre as atividades que poderão ser desenvolvidas, destaca-se:

- f) Composição de um banco de dados estatístico, histórico, bibliográficos e teóricos sobre a atividade turística no Estado do Rio de Janeiro, em especial, São Gonçalo;
- g) Prestar acessória técnica, ao Poder Público e Privado no desenvolvimento de pesquisas sobre a oferta e a demanda turística e nos processos de elaboração dos planos de turismo.

O desenvolvimento de pesquisas e projetos por alunos do curso permite desenvolver um senso crítico mais apurado em relação à complexidade das características que estruturam o fenômeno turístico atual tornando-os aptos a assumir as oportunidades que o mercado de trabalho oferece.

A implantação de pesquisas e projetos irá permitir uma maior interação entre alunos e comunidade, possibilitando um aprendizado mais prático e aplicado, e o atendimento das demandas de mercado.

As pesquisas e projetos deverão ser estruturados com a participação do corpo docente e discente do curso. Os projetos de pesquisa deverão ser, previamente, analisados e aprovados pelo colegiado e apresentados ao corpo acadêmico.

O professor responsável pelo Laboratório de Turismo que deverá observar alguns procedimentos básicos, de maneira a evitarem-se quaisquer problemas internos e externos:

- Manterá um cadastro de alunos interessados em participar de pesquisas, com indicação das suas áreas de interesse e dos seus horários disponíveis;
- No caso de pesquisas solicitadas por Organizações Públicas e/ou privadas, deverá ser assinado um convênio de cooperação técnica entre o Curso de Turismo e o solicitante, onde estarão previstas as responsabilidades de cada uma das partes;
- Os valores das receitas referentes às parcerias deverão ser revertidos, após pagamento dos custos de docentes, discentes e administrativos da pesquisa e/ou projeto, para investimento no curso de Turismo;

- Cada grupo de pesquisa e/ou projeto, deverá ser coordenado por um ou mais professores do curso, que irá estabelecer um plano de trabalho, baseado no projeto de pesquisa apresentado à coordenação;
- A composição do grupo de pesquisa e a definição do plano de trabalho serão definidos pelo(s) professor(es) coordenador(es);
- A coordenação deverá acompanhar, apoiar e assessorar as ações dos grupos de pesquisas e projetos, procurando garantir o andamento previsto das pesquisas e/ou projetos;
- Os planos de pesquisas e/ou projetos e seus relatórios serão apresentados de acordo com o modelo e normas estabelecidos pela coordenação, contendo as seguintes informações:
 - a) objetivo da pesquisa
 - b) metodologia a ser utilizada
 - c) justificativa
 - d) ações a serem desenvolvidas
 - e) cronograma de trabalho
 - f) equipe de pesquisa
 - g) custos e receitas previstos.

12. CORPO DOCENTE

A composição do corpo docente é constituída de professores especialistas, mestres e doutores. Os currículos profissionais comprovados do corpo docente encontram-se arquivados na Instituição, assim como do coordenador do curso.

O Plano de Carreira do corpo docente vigorará em concordância com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) da Faculdade Paraíso.

VI – MATRIZ CURRICULAR

De tudo, o desenvolvimento dos conhecimentos e habilidades para a formação das competências técnicas e comportamentais pretendidas gerais para a formação em turismo na FAP encontra apoio, portanto, na seguinte organização disciplinar:

PERÍODO/DISCIPLINA	TEORIA/ PRÁTICA	CH TOTAL
1º PERÍODO		
Inglês I	60	60
Teoria Geral do Turismo I	60	60
Organização de Eventos	60	60
Teorias Contemporâneas da Administração	30	30
Antropologia Cultural	30	30
Produção de Textos	30	30
Turismo e Meio Ambiente	30	30
	300	300
2º PERÍODO		
Inglês II	30	30
Teoria Geral do Turismo II	60	60
Técnicas de Comunicação Aplicadas ao Turismo	30	30
Geografia Aplicada ao Turismo	60	60
História das Civilizações	60	60
Cálculos Gerenciais Aplicados ao Turismo I	60	60
	300	300
3º PERÍODO		
Inglês III	30	30
Planejamento e Organização do Turismo	60	60
História do Brasil	60	60
Relações Interpessoais nas Organizações	60	60
Metodologia da Pesquisa Científica	30	30
Filosofia Aplicada ao Turismo	30	30
Cálculos Gerenciais Aplicados ao Turismo II	30	30
	300	300
4º PERÍODO		
Espanhol I	60	60
Planejamento Regional e Local do Turismo	60	60
Sistema de Transportes Turísticos	60	60
História da Arte	30	30
Gestão em Hospedagem I	60	60
Sociologia Aplicada ao Turismo	30	30
Estágio Supervisionado I		30
	300	330
5º PERÍODO		
Espanhol II	30	30
Patrimônio Cultural	30	30
Lazer e Entretenimento	60	60
Tecnologia da Informação Aplicada ao Turismo	30	30
Direito Aplicado ao Turismo	60	60
Gestão em Hospedagem II	30	30
Gestão de Agências e Operadoras de Viagem I	60	60
Estágio Supervisionado II		60
	300	360
6º PERÍODO		
Marketing Turístico I	60	60
Elaboração e Análise de Projetos Turísticos	60	60
Planejamento Estratégico Aplicado ao Turismo I	30	30

Gestão de Agências e Operadoras de Viagem II	30	30
Gestão de Serviços em Alimentos e Bebidas I	60	60
Estatística Aplicada ao Turismo	30	30
Estágio Supervisionado III		30
	300	330
7º PERÍODO		
Marketing Turístico II	30	30
Gestão de Serviços em Alimentos e Bebidas II	30	30
Economia Aplicada ao Turismo	30	30
Planejamento Estratégico Aplicado ao Turismo II	30	30
Eletiva	15	45
Estágio Supervisionado IV		130
		280
Atividades complementares		200
TOTAL GERAL		2400

7. EMENTÁRIO

1º PERÍODO

TUR302	Turismo e Meio Ambiente	30 horas-aula
---------------	--------------------------------	----------------------

Ementa

O Turismo tem alguns segmentos – ecoturismo, turismo de aventuras (ligado aos esportes radicais na natureza) e turismo rural - bastante ligados aos ambientes naturais preservados e protegidos e aos espaços culturais de comunidades tradicionais bastante ameaçados pelo crescimento urbano-industrial.

O planejamento e desenvolvimento sustentáveis desses setores e de suas atividades com o mínimo de impactos socioambientais devem contar com turismólogos capacitados e conhecedores dos processos da natureza; da legislação ambiental e dos princípios éticos, socioeconômicos e políticos que regem a vida das comunidades locais.

Objetivos

Utilizar conceitos ecológicos e fundamentos da legislação ambiental visando a operacionalidade do planejamento turístico sustentável.

Identificar as características socioambientais dos espaços mais adequados para o desenvolvimento sustentável de atividades turísticas.

Criticar as possibilidades de desenvolvimento ecoturístico em UC's e em comunidades rurais.

Estabelecer formas de participação do turismólogo nos planos de manejo de Unidades de Conservação (UC's).

Conteúdo Programático e Unidades Didática

Unidade 1 : Turismo e Meio Ambiente

Unidade 2: O conjunto das relações ambientais do SISTUR

Unidade 3 : O Espaço do Ecoturismo e as Leis Ambientais

Unidade 4 : Condições para um Turismo Sustentável

Bibliografia Básica:

RODRIGUES, A. BALASTRERI. Turismo e Ambiente. Reflexões e propostas. São Paulo: Editora Hucitec. 1997

RUSCHMANN, D. Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. 5ª ed. Papirus. Campinas. 1999.

BENI, MÁRIO CARLOS. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

Bibliografia Complementar:

CUNHA, S. B. e GUERRA, A. J. T. A questão ambiental – diferentes abordagens. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

Guia de Turismo Ecológico – Rio de Janeiro – Brasil. São Paulo: Editora Empresa das Artes, 2003.

Atlas das Unidades de Conservação da Natureza do Estado do Rio de Janeiro. São Paulo: Metalivros, 2001

TUR703	Antropologia Cultural	30 horas-aula
---------------	------------------------------	----------------------

Ementa

Antropologia: conceito e dimensões. As diversas escolas da antropologia cultural. Multiculturalismo, raça e etnia. Antropologia aplicada ao turismo.

Objetivos

Apresentar ao discente conceitos antropológicos básicos; como o de cultura e diversidade cultural, dentre outros, de forma que ele possa instrumentalizá-los na atividade antropológica do turismo.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

I – Introdução à Antropologia: viagens & viajantes

II – Escolas da Antropologia

III – Questões antropológicas

IV – Antropologia & Turismo

Bibliografia Básica

DA MATTA, R. Relativizando: uma Introdução à Antropologia Social. Petrópolis, Vozes, 1981.

LARAIA, R. Cultura: um conceito antropológico. R. de Janeiro, Zahar, 1988.

BARRETO, Margarita, JR, Álvaro Banducci. Turismo e Identidade Local – Uma visão antropológica. Campinas, São Paulo: Papiros 2001.

Bibliografia Complementar

DA MATTA, R. Carnavais, Malandros e Heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro. R. de Janeiro, Guanabara, 1990.

FREYRE, G. Casa Grande e Senzala: Introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil. S.

GONÇALVES, Antonio Custódio. Questões de antropologia social e cultural. Porto, Portugal: Edições Afrontamento. 1992.

TUR520	Teoria Geral do Turismo I	60 horas-aula
---------------	----------------------------------	----------------------

Ementa

Origem e evolução do turismo. Identificação do fenômeno turístico. Conceitos e definições. Importância do turismo para a economia. Tipologia e classificação do turismo. Mercado turístico. Oferta turística. Demanda turística.

Objetivos

- Identificar o fenômeno turístico
- Conhecer o mercado da atividade turística
- Saber os tipos de oferta turística
- Saber identificar as características da demanda turística
- Estimular a reflexão sobre os impactos da atividade turística

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1. IDENTIFICAÇÃO DO FENÔMENO TURÍSTICO

UNIDADE 2. ORIGEM E EVOLUÇÃO DO TURISMO

UNIDADE 3. CONCEITOS E DEFINIÇÕES

UNIDADE 4. CLASSIFICAÇÃO DO TURISMO

UNIDADE 5. OFERTA TURÍSTICA

UNIDADE 6. DEMANDA TURÍSTICA

Bibliografia Básica:

SANCHO, Amparo (org.). Introdução ao turismo. OMT: São Paulo: Corner, 2001.

BENI, Mario Carlos. Análise Estrutural do Turismo. SP. Ed. SENAC. 1998

ANDRADE, José Vicente de. Turismo Fundamentos e Dimensões. São Paulo: Ática 2004

Bibliografia Complementar:

RUSCHMANN, Dóris. Turismo e Planejamento Sustentável. São Paulo: Papirus 4ª Ed. 1999.

PETROCCI, Mario. Gestão de Pólos Turísticos, São Paulo: FUTURA. 2001

IGNARRA, Luiz Renato, Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira Thomson Learning 2ª ed, 2003.

TUR0001	Inglês I	60 horas-aula
----------------	-----------------	----------------------

Ementa

O uso da Língua Inglesa como instrumento de comunicação, enfatizando a leitura e compreensão de textos, expressões idiomáticas e a aprendizagem de verbos essenciais necessários na área do turismo, objetivando assim propiciar fluência na comunicação, uso correto da mesma em situações cotidianas, habilitando o aluno a compreender vocabulários e expressões específicas na rede de turismo-Hotelaria.

Objetivos

Preparar o turismólogo para lidar efetivamente com as habilidades da Língua Inglesa, principalmente as de leitura e comunicação oral;

Prover o Inglês necessário para a comunicação em situações de checking e agendamentos, possibilitando um atendimento adequado a clientes, na medida em que o curso faz uso de textos autênticos, técnicas práticas com o Inglês usado mundialmente;

Conhecer a estrutura básica da Língua Inglesa necessária para interagir de maneiras diversas (hotéis, aeroportos, restaurantes...)

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Vocabulário de turismo e hotelaria;

UNIDADE 2: Verbo Be;

UNIDADE 3: Alfabeto;

UNIDADE 4: Perguntas com –Wh e perguntas Yes/ No;

UNIDADE 5: Adjetivos Possessivos;

UNIDADE 6: Números;

UNIDADE 7: Presente Simples;

UNIDADE 8: There is/ There are;

UNIDADE 9: Presente Contínuo;

UNIDADE 10: Going to.

Bibliografia Básica:

THEOBALD, William F. Global Tourism. 2. ed. 1998. 503p.

VINEY, Peter. Basic Survival. International communication for professional people. Oxford; ed Macmillan,1998

EASTWOOD, John. English for Travel. 20^a ed. Oxford University Press, Oxford, 1996.

BIAGGI, Enaura T. Kriech de, STAVALE, Emeri de Biaggi. Enjoy your stay. 1^a ed. Disal, São Paulo, 2004.

Bibliografia Complementar:

SANDER, Sidney. The Landmark dictionary-2 ed-São Paulo. Moderna, 2000

CATUREGLI, Maria Genny. Dicionário Inglês-Português: turismo, hotelaria e comércio exterior, São Paulo, Aleph, 1998.

CRUZ, D. Inglês para Turismo e Hotelaria. São Paulo: ed. Disal, 2005

TUR3050	Organização de Eventos	60 horas-aula
----------------	-------------------------------	----------------------

Ementa

Bases conceituais: Teoria e Técnicas de Eventos. Evolução Histórica dos Eventos. Processo de Comunicação/Eventos. Tipologia dos Eventos. Planejamento e Organização de Eventos. Divulgação de Eventos. Avaliação de Eventos. Cerimonial, Protocolo e Etiqueta. Formas de Tratamento. Símbolos Nacionais. Montagem de um Evento: Modelo Solenidade de Formatura.

Objetivos

Introduzir conceitos e técnicas de Organização de Eventos para que os futuros turismólogos utilizem corretamente essa ferramenta no incremento do fluxo turístico.

Propiciar um conhecimento sobre a área de eventos, reconhecida como uma das mais significativas geradoras de riqueza e empregos.

Mostrar que os eventos e sua promoção são essenciais para o Turismo. Além de apresentar a importância entre a relação Turismo, Tecnologia e Meios de Comunicação, como perspectivas profissionais e ganhos econômicos

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Conceitos de Eventos

UNIDADE 2: Evolução Histórica dos Eventos

UNIDADE 3: O Processo da Comunicação como suporte para os Eventos

UNIDADE 4: Classificação dos Eventos

UNIDADE 5: Tipologia dos Eventos

UNIDADE 6: Divulgação dos Eventos

UNIDADE 7: Relações Públicas e um bom relacionamento na organização

UNIDADE 8: Planejamento de Eventos

UNIDADE 9: Calendário de Eventos e Calendário Brasileiro de Datas Comemorativas

UNIDADE 10: Bodas e Jubileus

UNIDADE 11: Cerimonial e Protocolo

UNIDADE 12: Normas de Etiqueta/Eventos

UNIDADE 13: Normas de Precedência e Formas de Tratamento

UNIDADE 14: Símbolos Nacionais

UNIDADE 15: Organização de um Evento

UNIDADE 16: Montagem da Solenidade de Formatura

Bibliografia Básica:

MARTIN, Vanessa. Manual Prático de Eventos. São Paulo: Atlas, 2003.

CESCA, Cleuza Gertrude Gimenes. Organização de Eventos? Manual para Planejamento e Execução. São Paulo: Summus Editorial.

MEIRELLES, Gilda Fleury. Eventos Seu Negócio, Seu Sucesso. São Paulo. Instituto Brasileiro de Aperfeiçoamento, Desenvolvimento e Capacitação Profissional. IBRADEP.

Bibliografia Complementar:

VAZ, Gil Nuno. Marketing Turístico? Receptivo e Emissivo. São Paulo: Pioneira, 1999.

ZOBARAN, Sérgio. Evento é assim mesmo! Do Conceito ao Brinde. Rio de Janeiro: Senac Rio

ANDRADE, Renato Brenol. Manual de eventos. Caxias do Sul: Edusc. 1999.

	Produção de Textos	30 horas-aula
--	---------------------------	----------------------

Ementa

A Língua portuguesa como instrumento de comunicação e expressão. A língua como instrumento de comunicação, expressão e compreensão. Comunicação administrativa. Elaboração de textos técnicos, formais e informais. O padrão culto do português.

Objetivos

Fornecer Subsídios teóricos que fundamentem e aprimorem a produção escrita.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

1. Língua e linguagem
 - 1.1. Signo Lingüístico e suas características básicas
 - 1.2. Conotação e denotação
 - 1.3. Elementos da comunicação
 - 1.4. Funções da linguagem
 - 1.5. Língua, linguagem e discurso
 - 1.6. Línguas escrita e falada
2. Aspectos Gramaticais
 - 2.1. Reescritura de textos
 - 2.2. Sistema Ortográfico
3. Produção Textual
 - 3.1. O texto e o seu significado
 - 3.1.1. Coesão e Coerência
 - 3.1.2 Adequação da linguagem
 - 3.1.3. Os Gêneros textuais

3.1.4. Técnicas de produção textual: descrição, narração, dissertação, fichamento, resenha, resumo, correspondência comercial (carta, requisição, memorando, currículo, circular, relatórios, e-mails).

Bibliografia Básica:

BECHARA, Evanildo. Moderna gramática portuguesa. RJ: Lucerna. 2001

CUNHA, Celso, CINTRA, Lindley. Nova gramática do português contemporâneo. RJ, Nova Fronteira: 1985

SCHOCAIR, Nelson Maia. Gramática Moderna da Língua Portuguesa- Teoria e Prática. Niterói. Editora Impetus. 2010.

Bibliografia Complementar:

FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. Para entender o texto : leitura e redação . SP. Ática. 1995.

TERRA, Ernani . Linguagem, língua e fala. Sp. Ed. Scipione, 1997.

SACCONI, Luiz Antonio. Nossa Gramática: teoria e prática. SP. Ed. Atual. 1994.

	Teorias Contemporâneas da Administração	30 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

Proporcionar ao turismólogo uma visão de técnica e conceitos de gestão importantes para a administração de componentes da cadeia de turismo. Proporcionar uma primeira visão da complexidade da gestão dentro do setor de turismo e apresentar um panorama macro do arcabouço da administração.

Objetivos

Proporcionar ao aluno a compreensão do desenvolvimento das técnicas e conceitos de administração ao longo do tempo.

Apresentar um panorama da moderna administração aplicável aos empreendimentos empresariais

Contribuir para melhor formação do aluno, dentro do ambiente empresarial na área de turismo

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1 – Era Industrial Clássica – 1900/1950

Administração Científica – Taylor

Administração Clássica – Fayol

Abordagem Humanística

Unidade 2 – Era Industrial Neoclássica

Abordagem Neoclássica

Abordagem Estruturalista

Abordagem Comportamental

Abordagem Sistêmica

Abordagem Contingencial

Unidade 3 – Era da Informação

Novas Abordagens da Administração

Bibliografia Básica:

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Teoria Geral da Administração. 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MOTTA, F.; Vasconcelos, I. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

CORRÊA, Henrique Luiz. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 2003.

Bibliografia Complementar:

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. TGA – Da revolução urbana à revolução digital. São Paulo: Atlas, 2007.

AKTOUF, Omar. A administração entre a tradição e a renovação. São Paulo: Atlas 1996.

RIBEIRO, A. de Lima – Teorias de Administração. São Paulo: Saraiva, 2003.

2º PERÍODO

TUR712	Geografia Aplicada ao Turismo	30 horas-aula
---------------	--------------------------------------	----------------------

Ementa

Categorias de análise espacial priorizando a questão ambiental e a gestão do território nas suas interfaces com o turismo.

Gestão do território. Território do turismo. Paisagens turísticas. Lugares turísticos. Regiões turísticas. Globalização do turismo. Territorialização e desterritorialização.

Objetivos

Compreender os conceitos e definições geográficas amplamente utilizados no planejamento e na operacionalidade de localidades turísticas.

Analisar o turismo como produtor e consumidor de espaço.

Identificar as características socioambientais dos espaços mais adequados para a sustentabilidade de atividades turísticas.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: Geografia e Turismo

- Evolução conceitual
- Linhas teórico-metodológicas
- Elementos do espaço turístico
- Noções de Cartografia e de Geoprocessamento Aplicadas ao Turismo

Unidade 2: Categorias de Análise Espacial

- Forma
- Função
- Estrutura
- Processo

Unidade 3: Apropriação do Território pelo Turismo

- Turismo urbano
- Turismo Rural
- Turismo em Unidades de Conservação
- Estudos de Casos

Unidade 4: Condições para um Turismo Sustentável

- Políticas Públicas e gestão ambiental
- Gestão Participativa e desenvolvimento socioambiental
- Análise do Programa de Regionalização do Turismo
- Análise de Planos Diretores de Turismo

Bibliografia Básica:

RUSCHMANN, D. Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinas, Ed. Papirus, 1999.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Introdução a Geografia do Turismo. 2ª ed. São Paulo: Rocca 2003.

CARLETO, Daniel Souza, GUERRA, Gleice Regina, TRADUTORES. Desenvolvimento Sustentável do Ecoturismo – Uma compilação de boas práticas. São Paulo: Rocca 2004.

Bibliografia Complementar:

BENI, MÁRIO CARLOS. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: Editora SENAC, 2004.

CUNHA, S. B. e GUERRA, A. J. T. A questão ambiental – diferentes abordagens. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

RODRIGUES, A. BALASTRERI. Turismo e Ambiente. Reflexões e propostas. São Paulo: Editora Hucitec, 1997.

	História das Civilizações	30 horas-aula
--	----------------------------------	----------------------

Ementa

As civilizações do Oriente Médio. As culturas clássicas: Grécia e Roma. A Europa Medieval e a construção do mundo Ocidental. A Idade moderna: a Revolução comercial e seus reflexos na política, economia e sociedade do século XIX. Capitalismo industrial: a civilização burguesa. Século XX: a globalização da economia. O Brasil e o Mercosul.

Objetivos

Estimulação e reflexão histórica a partir de uma abordagem social, buscando a compreensão do presente como resultado de um processo histórico.

Entender a importância dos vários períodos da História da Humanidade e suas relações com a História e formação do povo e da cultura brasileira.

Conteúdo Programático e unidades didáticas

UNIDADE 1: Pré-História e História Antiga;

UNIDADE 2: História Clássica: Grécia e Roma;

UNIDADE 3: O fim do Império Romano do Ocidente e a Idade Média;

UNIDADE 4: O Renascimento e a História Moderna;

UNIDADE 5: O Século XIX;

UNIDADE 6: O Século XX;

UNIDADE 7: O Mundo Contemporâneo.

Bibliografia Básica:

GOUCHER, Candice; WALTON, Linda. História Mundial: Jornadas do Passado ao Presente. Porto Alegre: Penso, 2001.

LOWE, Norman. História do Mundo Contemporâneo. Porto Alegre: Penso, 2001

MOTA, Myriam Becho & BRAICK, Patricia Ramos. História: das cavernas ao terceiro milênio. Moderna. 2ª edição.

HOBBSAWM, Eric. Era dos Extremos – O breve século XX – 1914 a 1991. São Paulo: Cia. das Letras 1995,.

Bibliografia Complementar

HOBBSAWM, Eric. Era dos Extremos – O breve século XX – 1914 a 1991. São Paulo: Cia. das Letras 1995,

HOBBSAWM, Eric. A era das revoluções – 1789 1848. 23ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra 1997.

BASCHET, Jérôme. A Civilização Feudal: do Ano Mil à Colonização da América. São Paulo: Globo, 2006

	Cálculos Gerenciais Aplicados ao Turismo I	30 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Matemática Básica para o estudo da Matemática Financeira, Contabilidade e Estatística: Razão, proporção, Regra de três, porcentagem e médias. Conceitos básicos de Matemática Financeira. Operações Comerciais. Operações Financeiras. Sistema de Juros simples. Fluxo de Caixa. Taxas Equivalentes. Taxa Nominal e Efetiva. Descontos de Títulos de Crédito.

Objetivos

Apresentar os conceitos fundamentais da matemática financeira.

Introduzir o estudo da matemática financeira aplicada à gestão empresarial.

Desenvolver habilidades que permitam ao aluno a utilização das informações adquiridas no âmbito profissional.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1 - Conceitos Básicos

Conceitos básicos da matemática financeira

Razão, proporção, médias, regra de três

Porcentagem

Unidade 2 – Capitalização

Sistema de juros simples

Sistema de juros compostos

Unidade 3 - Taxas

Taxa nominal

Taxa efetiva

Taxa Equivalente

Unidade 4 – Desconto

Desconto racional

Desconto comercial

Unidades 5 – Fluxo de Caixa

Equivalência de fluxos de caixa

Desconto de fluxo de caixa

Unidade 6 – Amortização

Sistema de amortização mista

Sistema Price

Bibliografia Básica:

LAPPONI, Juan Carlos. Matemática Financeira. Rio de Janeiro, ELSEVIER: 2005

CESAR, Benjamin. Matemática Financeira. 8ª. Niterói. IMPETUS: 2010.

ZENTGRAF, Walter. Matemática Financeira – Com emprego de funções e planilhas – Modelo Excel, Rio de Janeiro, Elsevier 2007

Bibliografia Complementar:

GOMES, José Maria e Mathias, Washington Franco. Matemática Financeira. São Paulo: Atlas 2004

PUCCINI, Abelardo de Lima. Matemática Financeira. São Paulo, Saraiva 2004

MENDONÇA, Luis Geraldo; BOGGISS, George Joseph. Matemática Financeira. 5ª edição. Rio de Janeiro. GETÚLIO VARGAS: 2005

	Inglês II	30 horas-aula
--	------------------	----------------------

Ementa

O uso da Língua Inglesa como instrumento de comunicação, enfatizando a leitura e compreensão de textos, expressões idiomáticas e a aprendizagem de verbos essenciais necessários na área do turismo, objetivando assim propiciar fluência na comunicação, uso correto da mesma em situações cotidianas, habilitando o aluno a compreender vocabulários e expressões específicas na rede de turismo-Hotelaria

Objetivos

Preparar o turismólogo para lidar efetivamente com as habilidades da Língua Inglesa, principalmente as de leitura e comunicação oral;

Prover o Inglês necessário para a comunicação em situações de checking e agendamentos, possibilitando um atendimento adequado a clientes, na medida em que o curso faz uso de textos autênticos, técnicas práticas com o Inglês usado mundialmente;

Conhecer a estrutura básica da Língua Inglesa necessária para interagir de maneiras diversas (hotéis, aeroportos, restaurantes...)

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Conversation(Questions and response),Greetings(review), English Alphabet, Simple Present, Present Continuous, There to be(present tense), Giving directions outside(all prepositions),Habitual and momentary situations, Question tags, adverbs, adjectives, Constructions of dialogues, routines, Pronouns(all kind), past situations(introduction), use of questions words(Wh-question) , use of English as instrument of practical conversation, writing post cards and short dialogues and specific vocabulary.

Bibliografia Básica

THEOBALD, William F. Global Tourism. 2. ed. 1998. 503p. (07 EXEMPLARES)

VINEY, Peter. Basic Survival. International communication for professional people. Oxford; ed Macmillan, 1998

CRUZ, D. Inglês para Turismo e Hotelaria. São Paulo: ed. Disal, 2005

EASTWOOD, John. English for Travel. 20ª ed. Oxford University Press, Oxford, 1996.

BIAGGI, Enaura T. Kriek de, STAVALE, Emeri de Biaggi. Enjoy your stay. 1ª ed. São Paulo, Disal 2004.

Bibliografia Complementar:

SANDER, Sidney. The Landmark dictionary-2 ed-São Paulo. Moderna, 2000

CATUREGLI, Maria Genny. Dicionário Inglês-Português: turismo, hotelaria e comércio exterior, São Paulo, Aleph, 1998.

	Teoria Geral do Turismo II	60 horas-aula
--	-----------------------------------	----------------------

Ementa

Conceituação de Planejamento e Organização. Fundamentos da Teoria de Sistema. SISTUR (Sistema de Turismo). SISTUR Institucional. SISTUR Operacional. Produto Turístico. Mercado turístico.

Objetivos

Saber a importância do planejamento.

Conhecer a teoria de sistema.

Proporcionar conhecimentos sobre o SISTUR.

Estabelecer a diferença entre oferta e demanda turística.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1 Conceito de planejamento

UNIDADE 2 Fundamentos da teoria de sistema

UNIDADE 3 Conceito de SISTUR

UNIDADE 4 SISTUR institucional

UNIDADE 5 SISTUR operacional

UNIDADE 6 Produto turístico

UNIDADE 7 Mercado turístico

Bibliografia Básica

SANCHO, Amparo (org.). *Introdução ao turismo*. OMT: São Paulo: Corner, 2001.

BENI, Mario Carlos. *Análise Estrutural do Turismo*. SP. Ed. SENAC. 1998

ANDRADE, José Vicente de. *Turismo Fundamentos e Dimensões*. São Paulo Ática. 2004

Bibliografia Complementar:

RUSCHMANN, Dóris. *Turismo e Planejamento Sustentável*. 4ª.ed. São Paulo: Papirus, 1999

PETROCCI, Mario. *Gestão de Pólos Turísticos*, São Paulo: FUTURA. 2001

IGNARRA, Luiz Renato, *Fundamentos do Turismo*. 2ª ed. São Paulo: PioneiraThomson Learning, São Paulo, 2003.

	Técnicas de Comunicação Aplicadas ao Turismo	30 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Bases conceituais: Teoria e Técnicas de Comunicação. Evolução dos Meios de Comunicação. Modelo do Processo de Comunicação.

Desenvolver a cultura da gestão da informação para otimizar os processos pertinentes às atividades turísticas.

A disciplina objetiva mostrar as potencialidades das Técnicas de Comunicação Social como suporte nas atividades do Turismólogo.

Objetivos

- Introduzir conceitos e técnicas de comunicação para que os futuros turismólogos utilizem corretamente essa ferramenta, para incrementar e dinamizar suas atividades com o turismo.
- Oferecer mecanismos para a compreensão dos principais conceitos de comunicação, considerando sua relevância no mercado de lazer, entretenimento e turismo.

- Mostrar a importância da comunicação na relação turismo, tecnologia, ética e meios de comunicação como perspectivas profissionais.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Conceito de comunicação

UNIDADE 2: Integrantes do Processo da Comunicação Humana.

UNIDADE 3: A Comunicação como suporte para os turismólogos: Língua, Fala, Linguagem e Comunicação.

UNIDADE 4: Ruídos na Mensagem.

UNIDADE 5: Ética e Comunicação.

UNIDADE 6: Comunicação ética e formação da imagem.

UNIDADE 7: A Comunicação no Turismo: Divulgação (jornal - lead, reportagem, notícia, matéria, artigo, crônica).

UNIDADE 8: “O Poder da Informação e da Comunicação”.

UNIDADE 9: Comunicação de Massa; Funções da Comunicação de Massa; Influência dos Meios de Comunicação de Massa.

UNIDADE 10: Cultura de Massa.

UNIDADE 11: O Poder da Comunicação: palavra; tom de voz; postura corporal; A Comunicação do Corpo.

UNIDADE 12: Público, opinião pública, clientes.

UNIDADE 13: Comunicação institucional, comunicação interna e externa, rede de informação de uma empresa.

UNIDADE 14: Conceitos e diferenças: Publicidade e Propaganda. A propaganda na atividade turística.

UNIDADE 15: A Comunicação nas atividades turísticas.

UNIDADE 16: A Comunicação e o Turismo.

Bibliografia Básica

.

BRETON, Philippe. A Manipulação da Palavra. São Paulo: Edições Loyola.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de Comunicação. São Paulo: Editora Ática.

BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de comunicação escrita. 21ª ed. São Paulo, Ática, 2005.

Bibliografia Complementar

RECTOR, Mônica e TRINTA, Aluizio Ramos. Comunicação do Corpo. São Paulo. Editora Ática.

CITELLI, Adilson. Linguagem e Persuasão. São Paulo. Editora Ática.

BAHIA, Juarez. Introdução à Comunicação Empresarial. Rio de Janeiro. Mauad.

3º PERÍODO

TUR714	Metodologia da Pesquisa Científica	30 horas-aula
---------------	---	----------------------

Ementa

Fundamentos da metodologia científica. Tipos de conhecimento. O método científico. Métodos e técnicas de pesquisa. O papel da ciência. A atitude científica e a escrita acadêmica. O processo de leitura. A pesquisa qualitativa e quantitativa. A pesquisa científica aplicada à área de Turismo. A pesquisa na internet. Relatórios de pesquisa. Trabalhos acadêmicos: tipos, características, composição estrutural e referências bibliográficas

Objetivos

- Informar o aluno acerca da realidade acadêmica, para que ele seja capaz de avaliar a importância e a necessidade da aplicação do instrumental científico e metodológico básico que permita o eficaz desempenho acadêmico e profissional.
- Instrumentalizar metodologicamente o aluno.
- Habilitar o aluno a elaborar trabalhos acadêmicos em linguagem científica.
- Capacitar o aluno do curso de Turismo a trilhar os caminhos da produção de conhecimento na sua área de formação, a fim de atuar como agente social mobilizado para a gestão turística.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Introdução à Metodologia Científica

1. Importância, finalidade, método utilizado, programa e referencial teórico da disciplina.

2. A construção do conhecimento

- Tipos de conhecimento.
- O conhecimento científico: base histórica, filosófica e epistemológica.
- Paradigma – conceituação e contexto atual. A relação sujeito-objeto.
- O método científico. O discurso da Ciência. Métodos e técnicas de pesquisa.

3. A produção de conhecimento

- O que são conceitos. Conceitos básicos sobre a Ciência.
- O uso de métodos na área de Turismo: definição da OMT.
- A ciência e a pesquisa. A relação teoria-prática. Problemas éticos e ideológicos. Tendências, juízos de valor, “verdades científicas”. A neutralidade possível. A atitude científica e a escrita acadêmica. A postura crítica, investigativa e humanística.

UNIDADE 2: As técnicas de iniciação científica e a pesquisa científica

a) As técnicas de iniciação científica

1. O processo de leitura

- Espécies, identificação e objetivos.
- A relação com o texto. A análise do texto e a informação. O entendimento dos significados. Traições no ato de ler. O uso do dicionário. O hábito da leitura.
- Técnicas de leitura e seus procedimentos.

2. Fichamento, resumo e resenha.

b) A pesquisa científica

1. Conceito, finalidade e tipos.

2. A pesquisa aplicada ao Turismo.

3. Pesquisa quantitativa e qualitativa.

- Preparação e fases da pesquisa.
- Pesquisas em fontes primárias e secundárias.
- A pesquisa na Internet.
- Relatórios de pesquisa

UNIDADE 3: Trabalhos acadêmicos

1. Trabalhos acadêmicos e publicações periódicas

- Tipos, características e composição estrutural.

- Comunicação científica, resenha, painéis/posters, artigos/papers. Técnicas de seminário.
 - Monografia, dissertação e tese – definição.
2. Apresentação gráfica (NBR 14724/ABNT).
 3. Referências bibliográficas (NBR 6023/ABNT)

Bibliografia Básica

BARROS, Aidil Jesus da Silveira, LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. Fundamentos de metodologia científica □ um guia para a iniciação científica. São Paulo: Makron Books, 2000.

CERVO, Amado Luiz, BERVIAN, Pedro Alcino. Metodologia científica. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. São Paulo: Futura, 1998.

Bibliografia Complementar

FREIRE, Paulo. Considerações em torno do ato de estudar. Ação cultural para a liberdade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2001.

REJOWSKI, Mirian. Turismo e pesquisa científica. São Paulo: Papirus, 1999.

PEREZ, Amparo Sancho. Introdução a metodologia da pesquisa em turismo. São Paulo: Rocca, 2005.

	Cálculos Gerenciais Aplicados ao Turismo II	30 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

Introdução aos Cálculos Financeiros. Origem da Contabilidade. A Contabilidade na Administração das Empresas. Contabilidade como Instrumento Gerencial. Aplicação dos Conhecimentos da Ciência e da Técnica Contábil voltados à Estrutura de Balanços e do Conjunto de Demonstrativos Contábeis. Uso da Informação Contábil pela Administração. Patrimônio das Empresas. Conceitos Básicos. Formação do Patrimônio das Empresas. Ativo, Passivo e Patrimônio Líquido.

Objetivos

Apresentar ao aluno os conhecimentos da Ciência e da Teoria contábil.

Estimular o interesse pela leitura das demonstrações contábeis como fonte de

Informação sobre o universo das empresas.

Desenvolver habilidades para o uso das informações contábeis como instrumento Gerencial.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1 – Conceitos

Origem da contabilidade

Contabilidade e a administração de empresas

Contabilidade como instrumento gerencial

Unidade 2 – Patrimônio das Empresas

Ativo

Passivo

Patrimônio líquido

Variações patrimoniais

Unidade 3 – Estrutura das Demonstrações Contábeis

Balanco Patrimonial

Demonstração de Resultado do Exercício

Demonstração dos Lucros e Prejuízos Acumulados

Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos

Unidade 4 – Aplicações

Principais indicadores de desempenho financeiro

Fluxo de Caixa

Orçamento

Bibliografia Básica

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade Básica Fácil. 27ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2010

IUDICIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. Curso de contabilidade para não contadores. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009

MARION, José Carlos. Análise das Demonstrações Contábeis – Contabilidade Empresarial. 6ª Ed. Atlas, 2010

Bibliografia Complementar

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade comercial fácil. 16ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2009

MARION, José Carlos. Contabilidade básica. 10ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. História da Contabilidade – foco na evolução das escolas do pensamento contábil. São Paulo: Atlas, 2008.

TUR301	Filosofia Aplicada ao Turismo	30 horas-aula
---------------	--------------------------------------	----------------------

Ementa

A Filosofia: conceito, ramos e evolução. As diversas correntes da filosofia: teológicas e seculares, ocidentais e orientais. A ética como reflexão filosófica. Ética aplicada ao turismo.

Objetivos

Desenvolver no discente o exercício lógico-reflexivo;

Aplicar a filosofia e a ética ao cotidiano como norma básica de toda atividade profissional e particularmente da atividade turística.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Introdução à Filosofia

UNIDADE 2: História da Filosofia

UNIDADE 3: Ética & Filosofia

UNIDADE 4: Ética & Turismo

Bibliografia Básica:

GILES, Thomas R. Curso de Iniciação à Filosofia. S. Paulo, EPU, 1997.

NUNES, César. Aprendendo Filosofia. Campinas, Papirus, 1995.

Giles, Thomas Ranson. Ramos Fundamentais da Filosofia: lógica, teoria do conhecimento e ética política. São Paulo: Editora EPU, 1995.

Bibliografia Complementar:

ARANHA, M. L., MARTINS, M. H. Filosofando: Introdução à Filosofia. S. Paulo: Editora Moderna, 2003.

CHAUÍ, M. Convite à filosofia. S. Paulo, Ática, 1994.

AGUILAR, F. J. A Ética nas empresas: maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios. R. de Janeiro, Zahar, 1996.

	Inglês III	30 horas-aula
--	-------------------	----------------------

Ementa

Técnicas básicas para compreensão da língua inglesa em registros variados. Sistematização e prática de estruturas lingüísticas de maior freqüência, tais como:

Verbos modais para obrigação, necessidade e proibição.

‘Can I e Could I’ para a realização de pedidos.

Formas interrogativas, vocabulário sobre profissões dentro da indústria hoteleira e verbos de ação.

Vocabulário sobre destinos de viagem com revisão de Presente Simples e Presente Contínuo.

Vocabulário para se falar de clima, transporte e entretenimento.

Comparativo e apresentação do ‘Causative Form’ com ‘get’ e ‘ have’.

Vocabulário específico para a descrição de hotéis, assim como tópicos de coesão e coerência necessários para a produção textual.

Present Perfect’ e ‘Past Simple’.

Adjetivos com terminações em –ed e –ing e artigos definido e indefinido.

- Expressões de polidez para lidar com situações onde há reclamações por parte de hóspedes.

Objetivos

Preparar o turismólogo para que ele saiba se comunicar apropriadamente em situações típicas do ramo de turismo e hotelaria;

Preparar o turismólogo de modo que ele saiba se expressar apropriadamente usando as quatro habilidades da língua, ou seja, a fala, a audição, a escrita e a leitura.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Conversation (Questions and response), Greetings(review), Simple present(review) Simple Past(review) Future Tense, Present Perfect Tense, Question tags, adverbs, adjectives, Constructions of dialogues, routines, past situations, use of questions words , use of English as

instrument of practical conversation, short dialogues and specific vocabulary.

Bibliografia Básica:

THEOBALD, William F. Global Tourism. 2. ed. 1998. 503p. (07 EXEMPLARES)

VINEY, Peter. Basic Survival. International communication for professional people. Oxford; ed Macmillan, 1998

CRUZ, D. Inglês para Turismo e Hotelaria. São Paulo: ed. Disal, 2005

EASTWOOD, John. English for Travel. 20^a ed. Oxford University Press, Oxford, 1996.

BIAGGI, Enaura T. Kriech de, STAVALE, Emeri de Biaggi. Enjoy your stay. 1^a ed. Disal, São Paulo, 2004.

Bibliografia Complementar:

SANDER, Sidney. The Landmark dictionary-2 ed-São Paulo. Moderna, 2000

CATUREGLI, Maria Genny. Dicionário Inglês-Português: turismo, hotelaria e comércio exterior, São Paulo, Aleph, 1998.

	Planejamento e Organização do Turismo	60 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

Visão conceitual do sistema turístico. Planejamento: princípios básicos, dimensões e classificações. Planejamento turístico: fases e processo. Planejamento sustentável e turismo de base local. Organizações internacionais de fomento ao planejamento do turismo. Inventário da Oferta e Demanda Turística.

Objetivos

Entender os conceitos e elementos básicos do desenvolvimento e do planejamento turístico;

Compreender a necessidade de um desenvolvimento sustentável para manter a competitividade em longo prazo

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: SISTEMA TURÍSTICO

UNIDADE 2: PLANEJAMENTO

UNIDADE 3: PLANEJAMENTO TURÍSTICO

UNIDADE 4: ORGANIZAÇÕES INTERNACIONAIS

UNIDADE 5: INVENTÁRIO TURÍSTICO

Bibliografia Básica:

BISSOLI, Maria Angela Marques Ambrizi. Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação. São Paulo: Futura, 1999.

PETROCCHI, Mário. Gestão de pólos turísticos. São Paulo: Futura, 2001.

BOULLÓN, Roberto C. Planificacion Del espacio turístico. 1ª Ed. México, Trilha, 1999

Bibliografia Complementar:

HALL, Colin Michael. Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos. Traduzido por Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001.

HALL, Colin Michael. Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos. Traduzido por Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001. (

MOLINA, Sérgio e RODRÍGUEZ, Sergio. Planejamento integral do turismo: um enfoque para a América Latina. Traduzido por Carlos Valero. Bauro, SP: EDUSC, 2001.

	História do Brasil	60 horas-aula
--	---------------------------	----------------------

Ementa

A construção do conhecimento histórico: objeto e métodos. História e Turismo. Brasil até 1500. Brasil e Portugal: o encontro. Implantação da Colonização. O sistema colonial. Sociedade e Cultura Coloniais. Estratificação social e estrutura de poder. Conflitos coloniais: a crise do sistema colonial. A Corte no Brasil. O processo de independência. De reino a império. O Primeiro Império. O Período regencial. O Segundo Império. A República Velha. O Estado Populista. A crise do populismo. O golpe militar de 1964. O regime militar. A redemocratização e neoliberalismo. Atrativos Históricos.

Objetivos

Incentivar o diálogo entre a História e o Turismo, refletindo sobre as relações de poder no processo de construção da memória.

Entender os processos de construção do Estado Nacional e da Nação, incluindo diferentes segmentos sociais, múltiplas identidades e tradições culturais.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1. Brasil pré-cabralino e “descobrimento”.

UNIDADE 2. Brasil colonial.

UNIDADE 3. Da corte portuguesa no Brasil ao processo de independência.

UNIDADE 4. Primeiro império e período das Regências.

UNIDADE 5. Segundo Império.

UNIDADE 6. Da República Velha à Revolução de 1930.

UNIDADE 7. Do período Vargas ao Golpe Militar de 1964.

UNIDADE 8. Redemocratização do Brasil.

UNIDADE 9. Contemporaneidade.

Bibliografia Básica:

PRIORE, Mary Del; VENANCIO, Renato. Uma Breve História do Brasil. São Paulo: Planeta, 2010.

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro – A formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Cia. das Letras, 2006.

PRADO JÚNIOR, Caio. Formação do Brasil Contemporâneo. 23ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2008.

Bibliografia Complementar:

MAESTRI, Mário. Uma História do Brasil: Império. São Paulo: Contexto, 2002

WEHLING, Arno; WEHLING, Maria José C. M. Formação do Brasil Colonial. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.

FAUSTO, Boris. História Concisa do Brasil. São Paulo: EDUSP, 2006. (?)

	Relações Interpessoais nas Organizações	60 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

Estudo sobre as relações de trabalho na conjuntura mundial atual. A formação do Ser Social. Tópicos sobre relações interpessoais de trabalho a partir da lógica da Psicologia Organizacional, enfatizando a importância da comunicação, a formação de equipes, de um ambiente de trabalho saudável e dos fatores motivadores do trabalho. Tópicos sobre as relações interpessoais no trabalho de “chão de fábrica”. O Forum Nacional do Trabalho e as relações interpessoais entre suas três bancadas: bancada de empregadores, bancada do governo e bancada do trabalhador.

Objetivos

Compreender a influência da conjuntura mundial atual nas relações interpessoais nas organizações.

Entender a formação do ser social a partir das relações com o outro e com o meio ambiente.

Compreender conceitos básicos de paradigmas da Psicologia organizacional que fazem parte da formação do gerente, bem como compreender a aplicabilidade desses no ambiente organizacional quanto a comunicação, a formação de equipes, ao ambiente de trabalho e aos fatores motivadores do trabalho.

Assimilar a formação das relações interpessoais entre grupos de trabalhadores, entre trabalhadores e empregadores e entre trabalhadores, empregadores e governo.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: A conjuntura mundial atual das relações de trabalho em que estamos inseridos: Globalização, organização do trabalho no século XX e a formação do ser social.

Unidade 2: Relações interpessoais de trabalho sob a ótica do emprego da psicologia organizacional: a importância da comunicação, a formação de equipes, a

organização de um ambiente de trabalho saudável, a estruturação e aplicabilidade de fatores motivadores do trabalho.

Unidade 3: As relações interpessoais no ambiente de trabalho de “chão de fábrica”: estudo sobre a formação das relações nas organizações.

Unidade 4: O FNT _ Fórum Nacional do Trabalho: As relações interpessoais em suas três bancadas.

Unidade 5: Reflexões teóricas sobre a articulação das unidades didáticas anteriores, focando as relações interpessoais nas organizações.

Bibliografia Básica:

CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a Teoria Geral da Administração. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2003.

DINIZ, Eli. Globalização. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2007

LANE, Silvia T. Mauer. O que é Psicologia Social? . São Paulo: Brasiliense, 2006.

Bibliografia Complementar:

ALMEIDA, Gelsom Rozentino de, NETO, Sydenham Lourenço. Estado, Hegemonia e Luta de Classe: interesses organizados no Brasil recente. São Paulo: Canal 6, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2009.

PINTO, Geraldo Augusto. A Organização do Trabalho no século 20: Taylorismo, Fordismo e Toyotismo. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

4º PERÍODO

TUR702	Sociologia Aplicada ao Turismo	30 horas-aula
---------------	---------------------------------------	----------------------

Ementa

Sociologia e sociedade: conceitos e questões. As estruturas materiais, mentais e os processos de mudança social. A sociologia do lazer.

Objetivos

Levar o discente a apreender as noções básicas da sociologia e sua aplicabilidade ao cotidiano;

Relacionar a importância dessa aplicabilidade com a organização da atividade turística.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: Sociologia e Turismo;

Unidade 2: Sociologia, Mídia e Turismo;

Unidade 3: Sociologia e Lazer na sociedade contemporânea.

Bibliografia Básica:

CASTRO, Celso Antonio Pinheiro. Sociologia Aplicada ao Turismo. São Paulo: Atlas, 2002.

PAIVA, Maria das M. V. Sociologia do Turismo. Campinas: Papirus, 1995.

WEBER, Max. Conceitos básicos de Sociologia. São Paulo: Centauro, 2005.

Bibliografia Complementar:

KRIPPENDORF, J. Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. S. Paulo, Aleph, 2003.

GRAFMEYER, Yves. Sociologia Urbana. Portugal: Europa-América, 1997.

LAKATOS, Eva Maria. Sociologia Geral. São Paulo: Atlas, 1996.

TUR3020	Gestão em Hospedagem I	60 horas-aula
----------------	-------------------------------	----------------------

Ementa

Evolução histórica dos meios de hospedagem; Tipologia dos meios de hospedagem e de alojamento; Serviços, estrutura e organização dos hotéis; Organogramas de unidades hoteleiras de pequena, média e grande dimensão;; Importância da hotelaria na estrutura do Turismo; Estudo dos elementos

concernentes à permanência e estada do turista. Terminologia hoteleira internacional.

Objetivos

Cientificar o acadêmico da fundamentação histórica dos meios de hospedagem.

Apresentar os desdobramentos de um organograma hoteleiro

Instruir sobre classificação hoteleira e unidades habitacionais

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Primeiras hospedarias (origens, objetivos, conceitos e definições); hotéis de luxo; Segunda Grande Guerra; Hotéis familiares e grandes hotéis; hotelaria nacional;

UNIDADE 2: Regulamento dos meios de hospedagem; Matriz de classificação hoteleira; Manual de avaliação;

UNIDADE 3: Tipos e categorias de meios de hospedagem; tipos e categorias de unidades habitacionais; Organograma funcional; desdobramento setorial;

UNIDADE 4: Empresa hoteleira; meio de hospedagem; unidade habitacional;

UNIDADE 5: Meios de sustentação do turismo; Hotel: ponto de convergência de hospitalidade;

UNIDADE 6: Imagem: definição do produto, preço e qualidade no atendimento; qualidade de produtos e serviços;

UNIDADE 7: Hotelaria internacional; desenvolvimento das redes no Brasil; administradoras internacionais.

Bibliografia Básica:

CASTELLI, Geraldo. Administração Hoteleira. Caxias do Sul: EDUCS, 2003

ANDRADE, Nelson e outros. Hotel: planejamento e projeto. São Paulo: Senac, 2002

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal; Gonçalves, Maria Helena Barreto. Introdução a turismo e hotelaria. Rio de Janeiro: SENAC, 2005.

.

Bibliografia Complementar:

DUARTE, Vladir Vieira. Administração de sistemas hoteleiros: conceitos básicos. São Paulo: SENAC, 1996.

LINZMAYER, Eduardo. Guia básico para administração da manutenção hoteleira. São Paulo: Senac, 1994.

Lei Geral de Turismo. Ministério do Turismo. 2008

TUR3055	Espanhol I	60 horas-aula
----------------	-------------------	----------------------

Ementa

Noções de Multiculturalismo; valores culturais hispânicos; panorama da língua espanhola no mundo;

Estudo da língua espanhola, levando em conta o contraste português/espanhol; trabalho com as quatro destrezas da língua estrangeira, com ênfase na leitura e produção de textos relacionados com o mundo do Turismo e expressão oral.

Noções de fonologia; uso formal da língua; gramática básica do espanhol; vocabulário específico de situações relacionadas ao Turismo.

Objetivos

Motivar o aluno para o aprendizado da língua espanhola

Levar ao conhecimento das variáveis e especificidades da língua

Capacitar para a utilização da língua na atividade turística

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1 Léxico:

- 1- Abecedário.
- 2- Países e gentílicos.
- 3- Dados pessoais.
- 4- Profissões.
- 5- O aeroporto e o avião.
- 6- A documentação.
- 7- Números cardinais e ordinais.
- 8- Dias da semana e meses do ano.
- 9- Ligações telefônicas.
- 10- Tipos de hospedagens e regimes de estadia.
- 11- Alimentos e bebidas de cafeteria.

- 12-Meios de pagamento.
- 13- A cidade e atrações.
- 14-O aeroporto.
- 15-O hotel.
- 16- Dependências, móveis e objetos de hotéis.
- 17- Vocabulário telefônico
- 18- Alimentos e pratos de restaurantes.

UNIDADE 2 Funções comunicativas:

- 1- Cumprimentar e despedir-se formalmente.
- 2- Estruturas para usar em embarques e voos.
- 3- Informar datas, horas e horários.
- 4- Dar informação sobre aeroportos.
- 5- Expressar obrigação.
- 6- Compreender e preencher formulários.
- 7- Soletrar palavras.
- 8- Fazer reservas e registros em hotéis.
- 9- Dar informações sobre alimentos e bebidas em cafeterias.
- 10- Anotar pedidos
- 11- Expressar e perguntar por gostos e preferências.
- 12- Preparar um cardápio de pratos brasileiros.
- 13- Informar e pedir endereços.
- 14- Fazer reservas em agências de viagem.
- 15- Usar orações básicas que expressem proibição.
- 16- Falar de atrações.
- 17- Dar informações sobre dependências de um hotel.
- 18- Organizar um evento.
- 19- Dar direções.
- 20- Falar ao telefone, deixar e anotar recados.
- 21- Dar sugestões em restaurantes.
- 22- Dar informações sobre pratos.
- 23- Falar de profissões.

UNIDADE 3 Gramática:

- 1- Artigos, contrações e regras de eufonia.
- 2- Pronomes pessoais “sujeito”.
- 3- Formalidade e informalidade, com ênfase na formalidade.

- 4- Verbos regulares no Presente do Indicativo.
- 5- Verbos irregulares no Presente do Indicativo.
- 6- Verbos reflexivos.
- 7- Muy / Mucho e suas variantes.
- 8- Pronomes e adjetivos possessivos.
- 9- Pronomes demonstrativos.
- 10- Verbo GUSTAR, ENCANTAR.
- 11-Comparativos.
- 12-Pronomes indefinidos.
- 13-Perífrase de futuro.

UNIDADE 4 Aspectos culturais:

- 1- Multiculturalismo.
- 2- Diversidade cultural espanhola.
 - Tauromaquia
 - Gastronomia.
 - Principais festividades.
- 3- Diversidade cultural hispano-americana.
 - “Hispanidad”
 - Os povos da América

Bibliografia Básica:

MILANI, Esther Maria. Gramática de Espanhol para brasileiros. 1ª Edição. SP: Saraiva, 1999.

PARAQUETT, Marcia. Lectura y cultura hispanoamericana. Rio de Janeiro: Waldyr Lima Editora, 2006.

_____. Lectura y cultura española. Rio de Janeiro:Waldyr Lima Editora, 2005.

TABARES, Fabio Cárdenas. Producto Turístico: Aplicación de la Estadística y del muestreo para su diseño. 2ª ed. México: Trillas, 1986.

Boullón, Roberto C. Las Actividades Turísticas y Recreacionales – el hombre como protagonista. 3ª ed. México: Trillas, 1990.

Bibliografia Complementar:

HERMOSO, Alfredo González. Conjugar es fácil. Madrid: Edelsa, 1996.

PALOMINO, Maria Ángeles. Primer Plano. Madrid: Edelsa, 2000. (5 EXEMP.)

	Sistema de Transportes Turísticos	60 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

História e evolução dos transportes e inter-relação com a atividade turística. Tipos e modais de transporte no Brasil e no Mundo e aproveitamento turístico. Marketing em transportes turísticos. Planejamento e gerenciamento da mobilidade e intermodalidade nos fluxos turísticos.

Objetivos

Entender que o desenvolvimento turístico não poderia existir sem o transporte;
Identificar o transporte como um sistema de serviços, mais que como um meio isolado para deslocamento;
Conhecer as características fundamentais de cada meio de transporte;
Ser consciente dos elementos que configuram as tendências atuais do transporte no turismo.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: SISTEMA DE TRANSPORTE

UNIDADE 2: RELAÇÃO ENTRE TRANSPORTE E TURISMO

UNIDADE 3: TRANSPORTE AÉREO

UNIDADE 4: TRANSPORTE RODOVIÁRIO

UNIDADE 5: TRANSPORTE AQUAVIÁRIO

UNIDADE 6: TRANSPORTE FERROVIÁRIO

Bibliografia Básica

PAGE, Stephen. Transporte e turismo. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PALHARES, Guilherme. Transportes turísticos. São Paulo: Aleph, 2002.

TORRE, Francisco de La. Sistemas de transporte turístico. São Paulo: Roca 2002.

Bibliografia Complementar:

BENI, Mario Carlos. Análise Estrutural do Turismo. 9ª Ed. São Paulo, SENAC, 2003

OMT. Introdução ao turismo. São Paulo: Roca, 2001.

(LICKORISH) LICKRISH e JENKINS. Introdução ao turismo. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

	Planejamento Regional e Local do Turismo	60 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Globalização e conceito de lugar. Desenvolvimento local. Comunidade local e participação. Programa Nacional de Municipalização. Programa Nacional de Regionalização. Diretrizes, Estratégias e Operacionalização dos Planos Municipal e Regional de Turismo

Objetivos

Compreender o processo de globalização e suas influências no turismo

Apreender sobre as possibilidades de empreender desenvolvimento local através da atividade turística

Compreender a importância da participação da comunidade local no processo de planejamento e perceber formas de estimular a adoção deste procedimento metodológico

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1 - Desenvolvimento global e planejamento local

Unidade 2 – Municipalização e Regionalização

Unidade 3 – Planejamento Regional e Local

Bibliografia Básica:

PETROCCHI, Mário. "Turismo, planejamento e gestão". 2ª edição. São Paulo, Futura, 1999.

RUSHMANN, Doris van de M. "Turismo e Planejamento Sustentável – a proteção do meio ambiente". Campinas, Papirus, 5ª edição, 1999.

BENI, Mario Carlos. Análise Estrutural do Turismo. 9ª Ed. São Paulo, SENAC, 2003

Bibliografia Complementar:

BISSOLI, Maria Ângela M. A. "Planejamento turístico Municipal com suporte em sistemas de informação". São Paulo, Futura, 1999.

MOLINA, E. Sérgio. "Plano diretor de turismo". Material específico do PNMT e do PRT.

HALL, Colin Michael. Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos. Traduzido por Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001. (04 EXEMPLARES)

	História da Arte	30 horas-aula
--	-------------------------	----------------------

Ementa

Estudo da Arte e Arquitetura no Brasil, do período colonial ao século XXI e sua relação com as influências da arte e arquitetura ocidental e oriental dentro do contexto cultural brasileiro.

Objetivos

Destacar a importância das manifestações do fenômeno artístico no Brasil, a partir de sua contextualização histórica.

Relacionar os períodos da História da Arte com o Patrimônio Histórico e Cultural e sua importância para o Turismo no Brasil.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Arte colonial: Maneirismo, Barroco e Rococó;

UNIDADE 2: Brasil Holandês;

UNIDADE 3: Do Neoclassicismo ao Eclético;

UNIDADE 4: Art-nouveau e Modernismo;

UNIDADE 5: Arte Contemporânea;

UNIDADE 6: Arte popular brasileira;

Bibliografia Básica

PRETTE, Maria Carla. *Para Entender a Arte: História, Linguagem, Época e Estilo*. São Paulo: Globo, 2008

PROENÇA, Graça. *História da Arte*. São Paulo: Ática, 2008

MASON, Antony. *História da Arte Ocidental: Da Pré-História ao Século XXI*. São Paulo: Riedel, 2009

Bibliografia Complementar

UCHER, Robert. *Características dos Estilos*. São Paulo: Martins Fontes, 2001

POZENATO, Kenia; GAUER, Mauriem. *Introdução à História da Arte Ilustrada*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2001

	Estágio Supervisionado I	60 horas-aula
--	---------------------------------	----------------------

Ementa

Aplicação de conhecimentos teóricos em práticas desenvolvidas. Levantamento das atividades realizadas. Apresentação das normas de estágio. Orientação sobre os aspectos legais do estágio.

Objetivos

- Organizar carga horária realizada.
- Torná-lo ciente das normas de estágio.
- Orientá-lo sobre a realização do estágio.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Atendimento semanal

Bibliografia Básica

Legislação Federal Lei Nº 11.788 de 25 de setembro de 2008

Normas de estágio do curso de Turismo

BISSOLI, Maria Marques Ambrizi. *Estágio em Turismo e Hotelaria*. São Paulo. Aleph. 2002

Bibliografia Complementar

Normas de estágio da FAP.

Periódicos

5º PERÍODO

	Espanhol II	30 horas-aula
--	--------------------	----------------------

Ementa

Estruturas básicas da Língua Espanhola; estudo da língua espanhola, privilegiando as estruturas lexicais e morfossintáticas divergentes em relação ao português. Noções de fonologia, expressão oral e escrita.

Variações lingüísticas; pronomes possessivos; verbos no pretérito e futuro do indicativo (regulares e irregulares); vocabulário específico de situações que se relacionem com turismo; compreensão leitora e textual; valores culturais hispânicos.

Objetivos

Valorizar o conhecimento da língua e culturas hispânicas como objetos necessários para uma boa formação de um profissional de Turismo.

Utilizar as habilidades comunicativas de modo a poder atuar em situações diversas.

Reconhecer estruturas gramaticais e relacioná-las ao contexto de uso do turismólogo.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Formas de comunicação

UNIDADE 2: Alimentos

UNIDADE 3: Cidade

UNIDADE 4: Meios de Comunicação

UNIDADE 5: Esportes

UNIDADE 6: Verbo: Futuro

UNIDADE 7: Pretérito Compuesto

UNIDADE 8: Pretérito Simple

UNIDADE 9: Interpretação textual

UNIDADE 10: Técnicas de tradução

UNIDADE 11: Pronomes Possessivos

UNIDADE 12: Meio Ambiente

UNIDADE 13: Diversão e Ócio

Bibliografia:

AGUIRRE BELTRÁN, Blanca. El español por profesiones: Servicios turísticos. Madrid: SGEL, 1999.

HERMOSO, Alfredo González. Conjugar es fácil. Madrid: Edelsa, 1996. (6 MEXEP.

LAROUSSE/ÁTICA. Dicionário básico. espanhol- português/português-espanhol. São Paulo: Larousse/Ática, 2001.

SARMIENTO, Ramón. SANCHEZ, Aquilino. Gramática básica del español. Madrid: SGEL, 1995

	Patrimônio Cultural	30 horas-aula
--	----------------------------	----------------------

Ementa

Cultura e identidade. Patrimônio Cultural (Material e Imaterial). Políticas de proteção e preservação do patrimônio cultural no Brasil. Conceitos de tombamento de bens culturais. Os museus, centros culturais, bibliotecas e arquivos públicos e sua função social. Relações entre memória social, patrimônio e turismo

Objetivos

Favorecer o entendimento das relações entre o patrimônio cultural e atividade turística. Compreender e subordinar a oferta turística e o consumo de atrativos culturais ligados ao patrimônio nacional, às normas e procedimentos indispensáveis à sua conservação. Formar o profissional de turismo consciente da sua importância como agente social atuando na preservação do patrimônio. Desenvolver a percepção sobre o patrimônio cultural no sentido de torná-lo um produto turístico, por meio de ações embasadas nos princípios de ética, cidadania e levando em conta as diversidades culturais.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Patrimônio cultural material e imaterial.

UNIDADE 2: Conceitos de cultura, cultura erudita, cultura popular, diversidade cultural e memória social.

UNIDADE 3: Política de preservação de bens culturais no Brasil e o alinhamento com as normas da UNESCO.

UNIDADE 4: Política e Legislação de tombamento (IPHAN). Instituições culturais de preservação da cultura material e imaterial (museus, arquivos, bibliotecas...), suas tipologias, função social e demanda turística.

UNIDADE 5: Interpretação e conservação do patrimônio cultural e o turismo sustentável.

Bibliografia Básica:

CAMARGO, Haroldo Leitão. Patrimônio histórico e cultural. São Paulo, SP: Aleph, 2002. 103p. (Coleção ABC do Turismo)

(FUNARI)FUNARY, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. (Orgs.). Turismo e Patrimônio Cultural. 2 ed. São Paulo, SP: Contexto, 2002. 203p. (Coleção Turismo Contexto)

ABREU, Regina; CHAGAS, Mário (Orgs.). Memória e Patrimônio: ensaios contemporâneos Rio de Janeiro, RJ: DP&A editora 2003. 320p.

Bibliografia Complementar:

Ed. UFRJ; Minc - Iphan, 2005. 296p. MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (Orgs.). Interpretar o Patrimônio: Um exercício do olhar. Belo Horizonte, MG: Editora UFMG; Território Brasilis, 2002

	Lazer e Entretenimento	60 horas-aula
--	-------------------------------	----------------------

Ementa

Sociologia do Lazer. A importância do lazer na vida cotidiana. Ocorrência histórica no Brasil e no mundo. Pedagogia do lazer. Diversas formas de lazer. Formação e atuação profissional.

Objetivos

Propiciar aos alunos uma visão abrangente das ciências do Lazer, familiarizando-o com a dinâmica sócio-econômica e cultural que produziu o moderno fenômeno das viagens de massa e o desenvolvimento da indústria do entretenimento.

Proporcionar embasamento epistemológico do Lazer e do Entretenimento.

Fornecer ao aluno de turismo uma visão crítica, reflexiva e criativa, auxiliando na compreensão da amplitude do seu futuro campo de trabalho

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Teoria do Lazer

UNIDADE 2: Sociedade do lazer.

UNIDADE 3: Técnicas de animação

UNIDADE 4: Lazer e educação

UNIDADE 5: Gestão do Lazer e Entretenimento

Bibliografia Básica:

CAMARGO, Luiz O. O que é lazer. São Paulo: Brasiliense, 1992.

GOMES, Christianne Luce (Org.) Dicionário crítico do Lazer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. Lazer: formação e atuação profissional. Campinas- SP: Papirus: 1995

Bibliografia Complementar:

CAVALLARI, Vânia Maria. Recreação em Ação. São Paulo: Icone, 2006.

De MAIS,Domenico. Ócio criativo. Tradução de Lea Manzi. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

	Tecnologia da Informação Aplicada ao Turismo	30 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Introdução a Tecnologia da Informação; Introdução aos Sistemas Operacionais. Estudo de Planilha Eletrônica e processador de textos; Sistemas de processamento eletrônico de apoio às empresas turísticas; Tecnologia da informação na indústria turística; Técnicas de acesso à Internet com possibilidades de visitas virtuais, pesquisas de ofertas turísticas em nível regional e mundial; Turismo virtual; Aplicação de recursos de informática ao turismo; Introdução a Sistemas de Informações; Sistemas de distribuição de informações turísticas; Aplicações do mercado turístico junto à tecnologia da informação, turismo e o futuro.

Objetivos

Levar o aluno a conhecer os princípios fundamentais da tecnologia da informação no turismo.

Dar suporte para uma aplicação bem sucedida no uso da tecnologia da informação no turismo

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: Informática e turismo

Conceituação de informática relacionada ao turismo

Relação entre informática e turismo

Desaparecimento das agências convencionais

O novo paradigma das agências de viagens: a globalização

Unidade 2: Introdução a tecnologia da informação

Conceitos básicos de informática

Principais sistemas operacionais

Editores de texto

Planilhas eletrônicas

Softwares de apresentações

Editores de imagem e fotos

Unidade 3: Tecnologia da informação nas agências de viagens

Front-Office, Back-office e CRM

Comércio eletrônico

Turismo eletrônico

Pacotes on-line

Unidade 4: Estrutura dos sistemas de e-business na agência

Quais são os sistemas que cada agência realmente precisa

Pesquisa e seleção da tecnologia mais adequada

Implementação de sistemas

Perspectivas para as agências de viagens

Bibliografia Básica:

MARIN, A. Tecnologia da informação nas agências de viagens. São Paulo Aleph, 2004

MATOSO, J.M.; Guerreiro. A informática na hotelaria e turismo. Portugal: Plátano, 1997

GREC, W. Informática para todos. São Paulo: Atlas, 1999.

Bibliografia Complementar:

GALANTE, T. P., LÁZARO, S. P. Inglês básico para informática. São Paulo: Atlas, 1998

PEREIRA, J. A., LATUFO, V. Aprendendo informática. São Paulo: Makron Books, 1995.

	Gestão em Hospedagem II	30 horas-aula
--	--------------------------------	----------------------

Ementa

Atividades práticas de hospedagem nas áreas de recepção, governança, reservas e telefonia.

Objetivos

Dar ao aluno a possibilidade de vivência no dia a dia de um meio de hospedagem.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Visitas técnicas

UNIDADE 2: Simulação de caso

UNIDADE 3: Estudo de caso

Bibliografia Básica:

CASTELLI, Geraldo. Administração Hoteleira. Caxias do Sul: EDUCS, 2003

ANDRADE, Nelson e outros. Hotel: planejamento e projeto. São Paulo: Senac, 2002

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. Menescal; Gonçalves, Maria Helena Barreto. Introdução a turismo e hotelaria. Rio de Janeiro: SENAC, 2005.

Bibliografia Complementar:

PETROCCHI, Mario. Hotelaria, planejamento e gestão. 3ª ed. São Paulo: São Paulo, 2002.

LINZMAYER, Eduardo. Guia básico para administração da manutenção hoteleira. São Paulo: Senac, 1994.

Lei Geral de Turismo. Ministério do Turismo. 2008

	Gestão de Agências e Operadoras de Viagem I	60 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

Surgimento das Agências de Viagens, definição e sua importância. Diferença entre uma Agência de Viagens e uma Agência de Viagens e Turismo. Tipologia. Legalização de uma Agência de Viagem. Normativa 161 da Embratur. Organograma de uma Agência de Viagens e seus principais mercados. As Agências de Viagens e

o mercado atual. Qualidade no atendimento. Código de Ética do Agente de Viagens. Documentos e formulários que tramitam em uma Agência de Viagens. Outros serviços (locação de veículos, cruzeiros marítimos, passes ferroviários, hotel, seguro viagem).

Objetivos

Qualificar e capacitar os alunos de acordo com o mercado turístico e conforme o perfil das Agências de Viagens,

Instrumentalizar para o estabelecimento de um relacionamento interpessoal efetivo com o cliente, de modo a torná-lo satisfeito no contato profissional.

Demonstrar conhecimento técnico no cotidiano da atividade.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: As Agências de Viagens e o seu posicionamento na atividade turística.

Unidade 2: Legalização de uma Agência de Viagem

Unidade 3: As Agências de Viagens e o mercado atual.

Unidade 4: Qualidade no atendimento das Agências de Viagens.

Unidade 5: Documentos e formulários de uma Agência de Viagens

Unidade 6: Outros serviços oferecidos.

Bibliografia Básica:

DANTAS, José Carlos de Souza. Qualidade no Atendimento das Agências de Viagens. Uma questão de gestão estratégica. São Paulo: ROCA, 2002.

TOMELIN, Carlos Alberto. Mercado de Agências de Viagens e Turismo – Como competir diante de novas tecnologias. São Paulo: Aleph, 2001

BONA, André Luis Viola; PETROCCHI, Mário. Agências de Viagens: Planejamento e Gestão. São Paulo: Futura, 2003.

Bibliografia Complementar:

ANDRADE, José Vicente. Turismo: Fundamentos e Dimensões. 8 ed. São Paulo: Ática, 2000.

EMBRATUR. Normativa 161 de 09 de agosto de 1985.

Lei Geral de Turismo _ Lei 11771/ 2008

	Estágio Supervisionado II	60 horas-aula
--	----------------------------------	----------------------

Ementa

Aplicação de conhecimentos teóricos em práticas desenvolvidas.
Levantamento das atividades realizadas. Apresentação das normas de estágio.
Orientação sobre os aspectos legais do estágio.

Objetivos

Organizar carga horária realizada.
Torná-lo ciente das normas de estágio.
Orientá-lo sobre a realização do estágio.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Atendimento semanal

Bibliografia Básica

Legislação Federal Lei Nº 11.788 de 25 de setembro de 2008

Normas de estágio do curso de Turismo

BISSOLI, Maria Marques Ambrizi. Estágio em Turismo e Hotelaria. São Paulo. Aleph. 2002

Bibliografia Complementar

Normas de estágio da FAP.

Periódicos

	Direito Aplicado ao Turismo	60 horas-aula
--	------------------------------------	----------------------

Ementa

Antecedentes históricos do regime jurídico do turismo. Lei Geral de Turismo.
Prestadores de serviços turísticos. Documentos de viagem. Reciprocidade. Controle sanitário. Tratamento tributário de bagagem. Defesa do consumidor turístico.

Objetivos

Conhecer a história do Regime Jurídico do Turismo
Obter conhecimento sobre os prestadores de serviços turísticos
Saber as exigências sobre controle sanitário e tributário em viagens

Aprender conhecimentos sobre os direitos do consumidor turístico

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Antecedentes históricos do regime jurídico da atividade turística

UNIDADE 2: Lei Geral de Turismo

UNIDADE 3: Prestadores de serviços turísticos (agências, meios de hospedagem, transportadores, Organizadores de eventos, guiamento turístico, estabelecimentos de lazer)

UNIDADE 4: Documentos de viagem

UNIDADE 5: Reciprocidade

UNIDADE 6: Exigências da vigilância sanitária

UNIDADE 7: Tratamento tributário de bagagem

UNIDADE 8: Defesa do consumidor turístico

Bibliografia Básica

BOITEUX, Bayard do Couto. Legislação de Turismo: Tópicos de direito aplicado ao turismo. Rio de Janeiro: Ed. Campos. 2003

Lei Geral de Turismo: Lei N° 11.771/08

Legislação do Ministério da Saúde e Ministério da Fazenda

Bibliografia Complementar

BADARÓ, Rui Aurélio de Lacerda. Direito do Turismo. São Paulo: Editora Senac, 2003

FERRAZ, Joandre Antônio. Regime Jurídico do Turismo. Campinas: Editora Papirus, 1992.

6º PERÍODO

	Marketing Turístico I	60 horas-aula
--	------------------------------	----------------------

Ementa

O significado do marketing de viagens e turismo, Compreensão do mix do marketing em viagens e turismo, Estratégias Competitivas no Turismo; Sistema de

Informações Gerenciais – Comportamento do Cliente. Planejamento de Marketing Turístico e o Business Plan;

Objetivos

A apresentar o conteúdo relacionado ao seu aspecto estratégico.

Instrumentalizar os alunos para entenderem o contexto no qual funciona a moderna administração de negócios de Turismo, representado pelas organizações e pelas pessoas que dela participam e os desafios e tendências que a modernidade impõe ao gestor de turismo.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Apresentação do Marketing e relação com o Turismo.

UNIDADE 2: Modelos de Análises do Ambiente de Marketing

UNIDADE 3: O Marketing Mix – 4 P's

UNIDADE 4: Comportamento do Cliente

UNIDADA 5: Segmentação de Mercado

UNIDADE 6: Importância do Sistema de Informações de Marketing (SIM)

UNIDADE 7: Plano de marketing de cidades turístico

Bibliografia Básica:

MIDDLETON, V.T.C. Marketing de turismo: Teoria e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

ISABEL, M.B. Plano de Marketing e comercialização de produtos turísticos . São Paulo. Pioneira. 2003.

RUSCHMANN, D. V. M. Marketing turístico. Um enfoque promocional. Campinas. São Paulo. Papirus.1990

Bibliografia Complementar:

KOTLER, PHILIP. GERTER, D. et al. Marketing de lugares. Como conquistar o crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Pearson, 2006.

DIAS, R.; CASSAR, M. Fundamentos de Marketing Turístico. São Paulo. Pearson, 2005.

	Elaboração e Análise de Projetos	60 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Projetos Turísticos: definições, tipologias e características. Etapas de elaboração de projetos: estudos técnicos de mercado, administrativos e financeiros. Linhas de investimentos e identificação de oportunidades de negócios. Análise de projetos regionais e locais.

Objetivos

Introduzir aos discentes conceituações acerca da elaboração de projetos turísticos.

Capacitar o aluno no uso das técnicas de elaboração de projetos para empreendimentos turísticos.

Identificar linhas de investimentos no mercado turístico atual.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1 – A política do turismo

- Plano Nacional de Turismo
- O Turismo na estrutura da administração pública
- Políticas de ação e execução no SISTUR
- O Estado no processo de planejamento do turismo
- Governo, turismo e privatização

Unidade 2 – A pesquisa em turismo

- Metodologias quantitativas e qualitativas
- Métodos e técnicas de pesquisa aplicadas ao turismo
- Pesquisas utilizadas em turismo
- Coleta de dados
- Análise e interpretação de dados

Unidade 3 – Inventário e estudos de diagnóstico em turismo

- Oferta e demanda turística - metodologia da EMBRATUR
- Sistematização do diagnóstico
- Trabalho de prognóstico
- Diretrizes de ação

Bibliografia Básica:

BENI, MÁRIO CARLOS. Análise estrutural do turismo. São Paulo: SENAC, 2004.

DENCKER, ADA DE FREITAS MANETI. Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas. 9ª Ed. São Paulo: Futura, 2007.

PETROCCHI, MÁRIO. "Turismo, planejamento e gestão". 2ª Ed. São Paulo, Futura, 1999.

Bibliografia Complementar:

BISSOLI, MARIA ÂNGELA M. A. "Planejamento Turístico Municipal com suporte em sistemas de informação". São Paulo, Futura, 1999.

BOULLÓN, Roberto C. Planificacion Del espacio turístico. 1ª Ed. México, Trilha, 1999

PETROCCHI, Mário. Gestão de pólos turísticos. São Paulo: Futura, 2001.

	Planejamento Estratégico Aplicado ao Turismo I	60 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Conceitos básicos; Determinação de missão, visão, objetivos, negócios e metas; Ferramentas de análise ambiental e diagnóstico; Cenários. Modelo de Porter. Planejamento Estratégico: definições, aplicabilidade e benefícios: roteiro para elaboração; Diagnóstico empresarial.

Objetivos

Apresentar ao aluno os principais componentes do processo de planejamento nas organizações do setor turístico.

Proporcionar ao aluno a capacidade de realizar uma análise e diagnóstico dos ambientes externos e internos das organizações.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

UNIDADE 1: Introdução à administração estratégica e origens da estratégia;

UNIDADE 2: Oportunidades e ameaças do ambiente externo;

UNIDADE 3: Previsões de mercado e cenário;

UNIDADE 4: Negócio, missão, visão, princípios e objetivos;

UNIDADE 5: Análise interna;

UNIDADE 6: Análise externa;

UNIDADE 7: Análise SWOT.

Bibliografia Básica:

WRIGHT, Peter; KROLL, Mark; PARNELL, John. Administração Estratégica: Conceitos. São Paulo: Atlas, 2000.

MONTGOMERY, Cynthia A.; PORTER, Michael E. Estratégia: a busca pela vantagem competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

PETROCCHI, Mario. Turismo Planejamento e Gestão. 2ª ed. São Paulo: Pearson, 2009.

Bibliografia Complementar:

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. Organização Orientada para a Estratégia. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MINTZBERG, Henry. O Processo de Estratégia. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PETROCCHI, Mário. Gestão de pólos turísticos. São Paulo: Futura, 2001.

	Gestão de Agências e Operadoras de Viagem II	30 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Roteiros Turísticos, conceituação, diferenças e principais características. Tipologia. Planejamento do roteiro. Escolha dos destinos. Definição de objetivos. Programação de passeios e excursões. Excursões e pacotes turísticos. Cotação e operação de roteiros. Montagem da folheteria.

Objetivos

Qualificar e capacitar alunos na pesquisa, planejamento, montagem, cotação e operação de roteiros turísticos nacionais e internacionais em suas diversas modalidades, sejam eles roteiros individuais, personalizados ou em grupos.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: Conceituação de roteiros Turísticos.

Unidade 2: Planejamento do roteiro.

Unidade 3: Programação de passeios e excursões: operação de roteiros..

Unidade 4: Folheteria.

Bibliografia Básica:

DANTAS, José Carlos de Souza. Qualidade no Atendimento das Agências de Viagens. Uma questão de gestão estratégica. São Paulo: ROCA, 2002.

TOMELIN, Carlos Alberto. Mercado de Agências de Viagens e Turismo – Como competir diante de novas tecnologias. São Paulo: Aleph, 2001.

ANDRADE, José Vicente. Turismo: Fundamentos e Dimensões. 8 ed. São Paulo: Ática, 2000.

Bibliografia Complementar:

ACERENZA, Miguel Angel. Agencias de Viajes. Organización y operación. México: TRILLAS, 1992.

BENI, Mário. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: ED SENAC, 2001.

EMBRATUR. Normativa 161 de 09 de agosto de 1985.

	Gestão de Serviços em Alimentos e Bebidas I	60 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

A história da alimentação; estabelecimentos comerciais e suas variações; equipamentos e suprimentos de alimentos e bebidas; organograma da área de A&B; teorias e técnicas para administração da área de A&B; complexidade da área de A&B; métodos de manuseio e armazenagem de alimentos; organograma; planejamento e operacionalização do setor de eventos.

Objetivos

Propiciar aos alunos como administrar o setor de A&B buscando um processo produtivo eficaz e rentável.

Orientar como se posicionar no mercado de trabalho.

Mostrar como é importante a busca da excelência no atendimento ao cliente.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: História da alimentação e dos estabelecimentos de alimentação

Unidade 2: Organograma, descrição e composição do quadro funcional;

Unidade 3: Tipos de restaurantes e suas peculiaridades;

Unidade 4: Equipamentos e suprimentos do restaurante;

Unidade 5: Método de produção de alimentos

Unidade 6: Planejamento do menu e pré-custo;

Unidade 7: Ficha técnica de alimentos e bebidas;

Unidade 8: Determinação dos preços de venda;
Unidade 9: Manuseio dos alimentos e política de sobras;
Unidade 10: Engenharia do menu;
Unidade 11: Inventários de materiais operacionais

Bibliografia Básica

DAVES, Carlos Eduardo. Alimentos e Bebidas. Caxias do Sul: EDUCS

Cândido, Índio. Controle em Hotelaria. Caxias do Sul. EDUCS

Castelli, Geraldo. Administração Hoteleira. Caxias do Sul. EDUCS

Bibliografia Complementar

Zanella, Luiz C. Administração de Custos em Hotelaria. Caxias do Sul: EDUCS

Davies, Carlos Eduardo. Cargos em Hotelaria. Caxias do Sul: EDUCS

	Estágio Supervisionado III	60 horas-aula
--	-----------------------------------	----------------------

Ementa

Aplicação prática de conhecimentos teóricos em práticas desenvolvidas.
Levantamento das atividades realizadas. Apresentação das normas de estágio.
Orientação sobre os aspectos legais do estágio.

Objetivos

Organizar carga horária realizada.
Torná-lo ciente das normas de estágio.
Orientá-lo sobre a realização do estágio.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Atendimento semanal

Bibliografia Básica

Legislação Federal Lei Nº 11.788 de 25 de setembro de 2008

Normas de estágio do curso de Turismo

BISSOLI, Maria Marques Ambrizi. Estágio em Turismo e Hotelaria. São Paulo. Aleph. 2002

Bibliografia Complementar

Normas de estágio da FAP.

Periódicos

TUR3046	Estatística Aplicada ao Turismo	30 horas-aula
----------------	--	----------------------

Ementa

Conceitos matemáticos importantes para o estudo de estatística. Definição de estatística. População e amostra. Fonte de dados. Tipos de série. Distribuição por frequência. Variáveis e frequências. Agrupamento em classes. Representação gráfica. Medidas de uma distribuição. Medidas separatrizes. Medidas de dispersão. Amplitude semiquartil. Desvio médio. Desvio padrão. Coeficiente de variação. Números-índices. Elementos de probabilidade. Conceitos de probabilidade. Probabilidade conjunta. Probabilidade condicional.

Objetivos

Permitir uma visão integrada dos componentes de atuação do setor turístico. Proporcionar técnicas para a formulação e leitura de gráficos .

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1- Estatística Descritiva

Introdução a estatística

A importância da estatística para o turismo

Arredondamento de dados

Porcentagem

Elementos da estatística descritiva

Pesquisas: População ,amostra e variáveis

Amostragem aleatória

séries estatísticas

Distribuição de frequências

Gráficos estatísticos

Unidade 2: Medidas descritivas

Medidas de posição

Média aritmética

Moda

Mediana

Medidas de dispersão

Amplitude total

Desvio Padrão e variância

Coeficiente de variação

Escore Z

Unidade 3: Análise combinatória e probabilidades

Elementos de análise combinatória

Princípio multiplicativo

Fatorial

Arranjos simples e com repetição

Permutação simples e com repetição

Combinação Simples

Elementos de probabilidade:

Conceito de probabilidade

Experimento aleatório

Espaço amostral

Eventos

Cálculo de probabilidades

Bibliografia Básica:

TIBONI, Conceição Gentil R. Estatística Básica para o curso de turismo. São Paulo: Atlas, 2003

BUNCHAFT, Guenia. Estatística sem mistério. Petrópolis: Vozes

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estatística Geral e Aplicada. São Paulo: Atlas, 2002

Bibliografia Complementar:

CRESPINO, Antonio Arnot. Estatística Fácil. São Paulo: Saraiva, 2002

BUSSAB, Wilton O. e MORETTIN, Pedro A. . Estatística Básica. São Paulo. Atual: 1988

	Marketing Turístico II	60 horas-aula
--	-------------------------------	----------------------

Ementa

O marketing na atividade turística – o esquema conceitual. Sistemas de informações. Segmentação de mercados. O produto turístico e a comercialização. Pesquisa de mercado. Comportamento do consumidor. Políticas de comunicação. Princípios básicos da formação de preços. A distribuição de produtos turísticos. O plano de marketing. A análise SWOT. Os desafios para o Século XXI – O projeto e a gerência dos serviços. A gestão do Cliente e o CRM

Objetivos

Entender o que significa a abordagem de marketing em uma organização em contraposição a outras abordagens possíveis.

Entender os impactos dessa abordagem em organizações que exerçam atividades turísticas.

Conhecer os principais conceitos norteadores, os ambientes de marketing e as variáveis de análise do comportamento do consumidor além dos processos de segmentação e seleção de mercado-alvo.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1 - Marketing estratégico

- Principais conceitos;
- CRM e MKT de relacionamento;
- Planejamento estratégico e planejamento de marketing;
- Gerência de Marketing – Ciclo de Vida do Produto/Serviço;
- Posicionamento – produto, marca, imagem, ADM de vendas /Gestão do Cliente;
- Análise SWOT, Matriz BCG
- Sistema de informações de marketing, pesquisa de mercado e os ambientes de marketing;
- Comportamento do consumidor e comportamento de compra;
- Segmentação, seleção de mercado-alvo e posicionamento da oferta.

Unidade 2 - Marketing Tático

- O plano de marketing e suas características e cuidados.
- O Marketing Mix – 4 P's

- Desenvolvimento, estratégias e ciclo de vida de produto.
- Abordagens, estratégias e planejamento de preços.
- Estratégias de canais de distribuição, varejo e atacado.
- Comunicação integrada de marketing, propaganda, promoção, vendas e relações públicas.

Bibliografia Básica:

KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. 9 ed. São Paulo, Prentice Hall: 2003.

NÓBREGA, Clemente. A ciência da gestão: um físico explica a gestão – a maior inovação do século XX – como uma ciência. Rio de Janeiro, Senac Rio: 2004.

AMBRÓSIO, Vicente. SIQUEIRA, Rodrigo. Plano de Marketing Passo a Passo Serviços: um roteiro prático para lançar com sucesso serviços, idéias e outros intangíveis. Rio de Janeiro, Reichmann&Affonso: 2000

Bibliografia Complementar:

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10 ed. São Paulo, Prentice Hall: 2000.

KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI – como criar, conquistar e dominar mercados. São Paulo, Futura: 1999.

	Gestão de Serviços em Alimentos e Bebidas II	30 horas-aula
--	---	----------------------

Ementa

Atividades práticas de alimentos e bebidas nas áreas de cozinha e restaurante.

Objetivos

Dar ao aluno a possibilidade de vivenciar o dia a dia do restaurante.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Visitas técnicas

Organização de eventos

Simulação de casos

Bibliografia Básica:

PACHECO, Aristides. Manual do Maitre D'Hotel. SENAC.

MAITRE, Leonel. Restaurante: técnica de serviços. Universidade de Caxias do Sul: EDUCS

Bibliografia Complementar:

DAVIES, Carlos Alberto. Alimentos e Bebidas. Caxias do Sul. Editora EDUSC. Periódicos

	Planejamento Estratégico Aplicado ao Turismo II	30 horas-aula
--	--	----------------------

Ementa

O Ciclo PDCA. Padronização das Atividades. Avaliação da Qualidade. Gestão da Qualidade Total – TQM. Os 10 Mandamentos para o TQM. Vantagem Competitiva. Mapeamento Estratégico. BSC. Perspectivas do BSC. Desafios da Decisão Estratégica. Definição de negociação.

Conceitos sobre negociação. Características e Aspectos Tangíveis da Negociação. Habilidades Comportamentais dos negociadores. Condução da Negociação.

Objetivos

Fornecer noções básicas sobre áreas de qualidade, padronização de atividades, vantagem competitiva, mapeamento estratégico, aplicação da ferramenta BSC e negociação.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: O Ciclo PDCA.

Unidade 2: Padronização das Atividades.

Unidade 3: Avaliação da Qualidade.

Unidade 4: Gestão da Qualidade Total – TQM.

Unidade 5: Os 10 Mandamentos para o TQM.

Unidade 6: Vantagem Competitiva.

Unidade 7: Mapeamento Estratégico.

Unidade 8: BSC. Perspectivas do BSC.

Unidade 9: Desafios da Decisão Estratégica.

Unidade 10: Definição de negociação.

Unidade 11: Conceitos sobre negociação.

Unidade 12: Características e Aspectos Tangíveis da Negociação.

Unidade 13: Habilidades Comportamentais dos negociadores.

Unidade 14: Condução da Negociação.

Bibliografia Básica:

MARTINELLI, D. Negociação empresarial: enfoque, sistema e visão estratégica. São Paulo: Manoel, 2002

MATOS, F. G. Negociação: modelo de estratégia. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2003.

NORTON, David P. KAPLAN, Robert S. Organização orientada para a estratégia: como as empresas que adotam o Balanced Scorecard prosperam no novo ambiente de negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2000

Bibliografia Complementar:

BENNETT, J. W. et al. Um novo modelo para implementar a estratégia. Revista HSM Management. Maio/Junho, p. 16-22, 2001.

JUNIOR, Isnard; CIERCO, Agliberto Alves; LEUSIN, Sérgio. Gestão da qualidade. 8. ed Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

PETROCCHI, Mario. Turismo Planejamento e Gestão. 2ª ed. São Paulo: Pearson, 2009. (?)

	Estágio Supervisionado IV	130 horas-aula
--	----------------------------------	-----------------------

Ementa

Levantamento das atividades realizadas. Elaboração da ficha de estágio. Apresentação das normas de estágio. Orientação sobre os aspectos legais do estágio.

Objetivos

- Organizar carga horária realizada.
- Torná-lo ciente das normas de estágio.
- Orientá-lo sobre a realização do estágio.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Atendimento semanal

Bibliografia Básica

Legislação Federal Lei Nº 11.788 de 25 de setembro de 2008

Normas de estágio do curso de Turismo (?)

BISSOLI, Maria Marques Ambrizi. Estágio em Turismo e Hotelaria. São Paulo. Aleph. 2002 (?)

Bibliografia Complementar

Normas de estágio da FAP

Periódicos

	Economia Aplicada ao Turismo	30 horas-aula
--	-------------------------------------	----------------------

Ementa

Evolução e análise do pensamento econômico. História econômica . Definição de economia. Conceitos fundamentais. Riqueza, necessidade e utilidade. Problemas econômicos. Agentes econômicos. O funcionamento do sistema econômico. Produto turístico. Introdução à microeconomia. Mercado turístico. Equilíbrio de mercado _ representação gráfica. Introdução à Macroeconomia. Inflação. Desemprego. Produto interno bruto. Balança Comercial. Comércio internacional. Globalização.

Objetivos

Criar condições necessárias para um entendimento das relações econômicas e sociais no Brasil e no âmbito internacional, nas suas atribuições mais relevantes.

Conteúdo Programático e Unidades Didáticas

Unidade 1: Introdução à História Econômica.

Unidade 2: Noções Gerais de Economia. Conceitos Básicos.

Unidade 3: Conceitos básicos de microeconomia. Oferta e demanda (equilíbrio de mercado)

Unidade 4: Utilidade Marginal Decrescente.

Unidade 5: A Macroeconomia. Conceitos básicos de macroeconomia.

Unidade 6: Economia mundial e as macromudanças.

Unidade 7: A Economia Informal. Economia mundial e a globalização. Unidade 8: Estrutura de mercados. Balança Comercial.

Unidade 9: Relações internacionais e balanço de pagamentos.

Unidade 10: Planejamento Econômico do Turismo.

Bibliografia Básica

LEMOS, Leandro de. O Valor Turístico na Economia da Sustentabilidade. Editora Aleph: 2005

LAGE, Beatriz Helena. MILONE, Paulo César. Turismo na Economia: ABC do Turismo Editora Aleph: 2004

FERNANDES, Ivan Pereira. COELHO, Márcio Ferreira. Economia do Turismo Campus: 2002.

Bibliografia Complementar

CASTRO, Antônio Barros & LESSA, Carlos Francisco. Introdução à economia. Rio de Janeiro. Forense. 1999.

GREGORY, Mankiw N. Introdução à economia edição compacta: tradução da 3ª edição norte-americana: Editora Thomsom Learning. 2004.

ANEXO I – Dados do Município de São Gonçalo