



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Curso catalogado no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia - CNCST

Eixo Tecnológico: Turismo, Hospitalidade e Lazer

HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES			
Para	Tipo	Discriminação	Unidade
2008-1	Implantação	Implantação	Fatec São Paulo
2011	Reestruturação	Adequação ao CNCST	Fatec São Paulo
2013	Adequação	Planejamento e Gerenciamento do Patrimônio Cultural do 4º. Para o 5º. Semestre.	Fatec São Paulo
2020-1	Reestruturação	Alterações: Matriz, componentes curriculares e ementário.	Fatec São Paulo

1. Apresentação do Centro Paula Souza e da Instituição de Ensino Superior

A história do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza começa no final da década de 1960. Naquele período, mais precisamente no dia 15 de janeiro de 1968, o Governo do Estado de São Paulo instituiu, pela Resolução nº. 2.001, um Grupo de Trabalho¹ para avaliar a viabilidade de implantação gradativa de uma rede de cursos superiores de tecnologia com duração de dois e três anos. Em 09 de abril de 1969, pela Resolução nº 2.227, foi constituída uma Comissão Especial, subordinada ao governador do Estado, com o objetivo de elaborar projeto de criação e plano de instalação e funcionamento de um Instituto Tecnológico Educacional do Estado, que proporcionasse habilitações em campos prioritários da Tecnologia e formasse docentes para o ensino técnico². Como resultado das atividades desenvolvidas pelo Grupo de Trabalho e pela Comissão Especial, criou-se, pelo Decreto-Lei Estadual, de 06 de outubro de 1969, o Centro Estadual de Educação Tecnológica de São Paulo, como entidade autárquica, com sede e foro na cidade de São Paulo.

Em 1970, o Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza começa a operar efetivamente, ainda com o nome Centro Estadual de Educação Tecnológica de São Paulo, autorizado por Decreto Federal de 03 de julho de 1970. No mesmo ano, por meio do parecer CEE/SP nº. 50, o Conselho Estadual de Educação de São Paulo autorizou a instalação e o funcionamento dos seus primeiros cursos, sendo três na área de Construção Civil (Movimento de Terra e Pavimentação, Construção de Obras Hidráulicas e Construção de Edifícios) e dois na área de Mecânica (Desenhista Projetista e Oficinas); os três primeiros instalados no Município de São Paulo e os demais no Município de Sorocaba. Em 1973, pelo Decreto Estadual nº 1.418, de 10 de

¹Participaram desse grupo, professores ligados ao Conselho Estadual de Educação e a outras instituições ligadas ao ensino profissional, inclusive da Escola Politécnica da USP e outras Faculdades de Engenharia.

²Com sessenta dias de prazo para operar, a Comissão foi constituída pelos professores Dr. Oswaldo Fontes Fadigas Torres, da Escola Politécnica da USP; Dr. Vicente Chiaverini, do Conselho Estadual de Tecnologia; e Dr. Octávio Gaspar de Souza Ricardo, do Conselho Estadual de Educação.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

abril, esses cursos foram agrupados e passaram a ter a denominação de Faculdade de Tecnologia de São Paulo e Faculdade de Tecnologia de Sorocaba e a instituição passou a denominar-se Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza³.

Em 1976, o Governo do Estado de São Paulo, pela Lei nº 952, de 30 de janeiro, criou a Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – UNESP. Por força da mesma Lei e em cumprimento ao disposto no Decreto-Lei Complementar nº 7, de 6 de novembro de 1969, no sentido de que as entidades descentralizadas do Estado vincular-se-iam diretamente, ou por intermédio de outra entidade também descentralizada, à Secretaria de Estado cujas atribuições se relacionassem com a atividade principal que lhes cumpriria exercer, o Centro Estadual de Educação Paula Souza foi transformado em Autarquia de Regime Especial, associada à Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", regendo-se pelas normas do regimento próprio e pelas que couberem do Estatuto e do Regimento Geral da UNESP.

Nascido com essa missão de organizar os primeiros cursos superiores de tecnologia no Estado de São Paulo, o Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza acabou englobando também educação básica e educação profissional técnica em nível médio, absorvendo unidades já existentes e construindo novas para expandir o ensino profissional a todas as regiões do Estado.

A primeira fase de expansão ocorreu ao longo da década de 1980. Inicialmente, com a incorporação de seis Escolas Industriais em 1981 e de outras oito ao longo da década. Além dessas incorporações, em 1986 foram também criadas duas novas Fatecs: A Faculdade de Tecnologia de Americana e a Faculdade de Tecnologia da Baixada Santista.

A segunda fase de expansão se deu durante a década de 1990. Além da implantação de sete Fatecs, esse período foi importante para o Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza devido à incorporação, em 1993, de 35 escolas estaduais agrícolas e 49 escolas técnicas. Com a entrada de outra escola técnica em 1994, o Centro terminou o século com 11 Fatecs e 99 Etecs.

No período 2000 – 2009, o Centro Estadual de Educação Paula Souza implantou 74 novas Etecs e 39 Fatecs. Somando-se àquelas implantadas a partir de 2010, atualmente administra 223 Escolas Técnicas Estaduais (Etecs) e 73 Faculdades de Tecnologia (Fatecs), reunindo mais de 290 mil alunos em cursos técnicos de nível médio e superior tecnológicos, em mais de 300 municípios.

As Etecs atendem 208 mil estudantes nos Ensinos Técnico, Médio e Técnico Integrado ao Médio, com 135 cursos técnicos para os setores industrial, agropecuário e de serviços, incluindo habilitações na modalidade semipresencial, Educação de Jovens e Adultos (EJA) e especialização técnica.

Já nas Fatecs, mais de 84 mil alunos estão matriculados em 77 cursos de graduação tecnológica, em diversas áreas, como Construção Civil, Mecânica,

³ O Professor Antonio Francisco de Paula Souza foi o fundador da escola Politécnica de São Paulo – POLI, hoje integrada à Universidade de São Paulo. Engenheiro, político e professor, Paula Souza nasceu em Itu, em 1843. De uma família de estadistas, foi um liberal, tendo lutado pela República e Abolição da Escravatura. Em 1892, elegeu-se deputado estadual, ficando poucos meses no cargo, pois o Marechal Floriano Peixoto convocou-o ao Ministério do Exterior. Formado em Engenharia em Carlsruhe, na Alemanha, e em Zurique, na Suíça, foi em toda a sua vida pública um empreendedor e forte opositor da centralização do poder político-administrativo da Monarquia. Seu desejo era introduzir no Brasil um ensino técnico voltado para a formação de profissionais preocupados com o trabalho e não apenas com discussões acadêmicas. Seu dinamismo em criar obras é um exemplo dessa preocupação. Criou um conceito novo de ensino, convidou especialistas europeus e americanos para lecionar na Poli, à frente da qual esteve como fundador e diretor ao longo de 25 anos, de 24 de novembro de 1894 a abril de 1917, quando faleceu em São Paulo.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Informática, Tecnologia da Informação, Turismo, entre outras. Além da graduação, são oferecidos cursos de pós-graduação, atualização tecnológica e extensão.

Em consonância com o seu tempo, o Centro já ministra cursos técnicos e de graduação a distância, devidamente autorizados pelo MEC e pelo CEE-SP, aumentando ainda mais o seu potencial para a formação acadêmica de qualidade aos jovens do Estado de São Paulo e do país.

Com previsão orçamentária em 2019, superior a R\$ 2,5 bilhões, é significativo o investimento atual em infraestrutura física e laboratorial, seja na ampliação ou construção de novos edifícios, seja na compra de equipamentos para a reposição ou implantação de laboratórios.

1.2 Missão

Promover a educação pública profissional e tecnológica dentro de referenciais de excelência, visando o desenvolvimento tecnológico, econômico e social do Estado de São Paulo.

1.3 Visão de futuro

Consolidar-se como referência nacional na formação e capacitação profissional, bem como na gestão educacional, estimulando a produtividade e competitividade da economia paulista.

1.4 Valores

Promover: a valorização e desenvolvimento humano; a postura ética e comprometimento; o respeito à diversidade e à pluralidade; o compromisso com a gestão democrática e transparente; a cordialidade nas relações de trabalho; a responsabilidade e sustentabilidade; a criatividade e a inovação.⁴

1.5 A Fatec São Paulo

A Faculdade de Tecnologia de São Paulo – FATEC-SP – foi criada pelo Decreto nº 1418 de 10 de abril de 1973, com os Cursos de Tecnologia nas áreas de Mecânica – Processos de Produção e Projetos e de Construção Civil – Edifícios, Movimento de Terra e Pavimentação e Obras Hidráulicas.

A FATEC-SP é uma das Unidades de Ensino de Graduação Tecnológica do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – CPS – instituição mantenedora das Faculdades de Tecnologia e das Escolas Técnicas do Governo do Estado de São Paulo. Desde 1976 é vinculada e associada à Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP.

Desde a sua criação está instalada à Praça Coronel Fernando Prestes, nº 30, no bairro do Bom Retiro. Na década de 80 foram ampliadas as suas instalações e, desde então, há outro acesso, pela Avenida Tiradentes nº 615. Localizada na região central da cidade de São Paulo, referência turística como Centro Histórico, oferece todas as facilidades ao transporte público, com Estação de Metrô e de Trem, linhas de ônibus para todas as regiões de São Paulo, assim como proximidade às rodovias estaduais e federais.

- Funcionamento em 3 turnos: Matutino, Vespertino, Noturno.

⁴ CENTRO PAULA SOUZA. **Missão, Visão, Valores, Objetivos e Diretrizes**. Disponível em: <https://www.cps.sp.gov.br/missao-visao-objetivos-e-diretrizes/>. Acesso em: 09 jul. 2019.



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

- Ingresso Semestral mediante aprovação em Processo Seletivo – Vestibular, com demanda média de 5,5 candidatos por vaga, nos últimos 3 semestres em Gestão de Turismo (1º e 2º de 2018 e 1º de 2019).
- São oferecidas 1.000 vagas semestrais.
- Carga Horária dos cursos variando de 2400 a 2880 horas-aula.
- Cursos com duração de 6 semestres letivos.
- Aulas de 2ª a sábado.
- 100 dias letivos semestrais.
- Estruturas Curriculares com ênfase em aulas práticas nos laboratórios e oficinas, estágio curricular e trabalho de conclusão de curso.
- 10 Departamentos.
- Corpo Docente formado por especialistas na respectiva área da disciplina e pós-graduados totalizando 250 professores.
- 57 Auxiliares de Docentes
- 5.500 alunos regularmente matriculados;
- 23.768 Tecnólogos formados;
- 150 Funcionários;
- 117 Estagiários;
- 26 Laboratórios de Ensino;
- 08 Laboratórios de pesquisa;
- 24 Oficinas e bancadas de ensaios;
- Sala de Estudos – Biblioteca
- Sala de Internet
- Auditório (289 assentos)
- Ginásio Poliesportivo
- Refeitório de Alunos

Cursos Superiores de Tecnologia oferecidos:

14 Cursos de Graduação em Tecnologia:

- Análise e Desenvolvimento de Sistemas
- Automação de Escritórios e Secretariado
- Construção Civil – Edifícios
- Construção Civil - Movimento de Terra e Pavimentação
- Eletrônica Industrial
- Gestão de Turismo
- Hidráulica e Saneamento Ambiental
- Instalações Elétricas
- Materiais
- Mecânica de Precisão
- Mecânica – Projetos
- Microeletrônica
- Processos de Produção
- Soldagem

Recursos Humanos para o curso:

Tipo	Quantidade
------	------------

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Diretor	1
Coordenador do curso	1
Diretoria de Serviço Acadêmico	1
Diretoria de Serviço Administrativo	1
Assistente Administrativo	1
Auxiliar de Apoio	1
Bibliotecária	1
Auxiliar de Biblioteca	6
Multimídia (apoio)	1
Responsável pelo Laboratório de Turismo	1
Auxiliar Docente	1

Infraestrutura física da Instituição reservada para o curso:

Instalação	Quantidade	Capacidade	Observações
Salas de aula	25	1000	
Laboratórios	04	80	
Apoio	02	20	Salas do Departamento

2. Justificativa do Curso:

Aliada ao avanço tecnológico das comunicações, a globalização patrocina um conjunto de alterações nas diversas esferas da sociedade, sobretudo, no âmbito econômico e tecnológico, impulsiona novas formas de consumo e estratégias de investimento, a abertura das fronteiras e dos mercados entre os países, fortalece as Instituições Internacionais, tais como a ONU (Organização da Nações Unidas) e a OIT (Organização Internacional do Trabalho) e as inúmeras Organizações Não Governamentais – ONGs – atuantes no cenário internacional e, não menos importante propicia um maior fluxo de capitais internacionais disponibilizando-os para investimentos em diferentes setores econômicos, com destaque para o setor de serviços, dentre o qual, figura o turismo.

Nesse mesmo contexto, o Brasil apresenta-se como o quarto destino mais procurado das Américas, sendo responsável por 4,24% de chegadas internacionais em relação ao continente americano. Tal condição, como já apontado em inúmeros estudos da área, posiciona o turismo como um setor que promove a geração de inúmeros efeitos socioeconômicos para o país, permitindo que se reconheça a importância da estruturação e do fomento aos mais de 50 segmentos que formam a sua cadeia produtiva, com destaque para os setores da hotelaria, eventos, alimentos & bebidas, agenciamento de viagens e transportes, que em conjunto, absorvem um grande contingente de mão-de-obra com diferentes graus de qualificação.

De igual modo, o crescimento dos negócios, a intensificação dos fluxos turísticos internacionais, queda das fronteiras culturais promovidas pelo encontro entre o visitante e o visitado e a ampliação dos efeitos socioeconômicos que correlacionam o avanço da globalização e do turismo também aponta o aumento do conjunto de atividades turísticas comprometidas com preservação e conservação da natureza (fauna e a flora) e do patrimônio histórico e cultural, fato que igualmente posiciona o Brasil como um dos principais artífices do desenvolvimento do turismo no mundo, uma condição concretizada pela existência de variados destinos turísticos ofertantes de atividades ligadas a natureza e a cultura, muitos dos quais, posicionados na vanguarda dos destinos turísticos internacionais.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Frente a essa breve ponderação não somente se reconhece o potencial do turismo nacional, o que por si só já seria suficiente para assinalar a importância da contínua formação de profissionais para atuar no segmento, mas também se ilustra a formação de um cenário em que o planejamento de destinos turísticos competitivos e a contínua inserção de capital humano preparado para atuar na cadeia produtiva do turismo é fundamental, isto é, destinos que a exemplo da cidade de São Paulo ofereçam infraestrutura, recursos, atrativos e serviços que concomitantemente deem suporte ao avanço da globalização e a atração de diferentes demandas, mais precisamente, polos turísticos integrados e promotores de novos ciclos de crescimento econômico e desenvolvimento social, capazes de alavancar e incentivar o turismo a partir de uma dupla função: o desenvolvimento socioeconômico decorrente da ampliação dos negócios e a validação e uso dos elementos sociais e culturais existentes em cada localidade, a partir dos quais se constitui a identidade e a força produtiva de cada destinação turística.

No entanto, a ascensão das destinações que pleiteiam o lugar de protagonistas nesse processo não ocorrerá sem que se concentre a promoção do turismo entre os princípios que norteia o desenvolvimento local, frente aos quais, o papel da formação profissional e crítica, atenta a realidade de cada localidade é primordial. Sem isso, o turismo apenas figurará como uma resposta rápida aos desafios colocados pela globalização e pouco ou nada redundará no desenvolvimento econômico e social por vezes noticiado entre as linhas que divulgam seus benefícios sem ao menos reconhecer os desafios que lhe são impostos, em nosso caso, considerando as especificidades da capital paulista.

Diante disso, é pertinente lembrar os dados do censo do IBGE de 2010, último realizado no país, sobretudo os que apontam a elevada concentração populacional na cidade de São Paulo, com densidade demográfica de 7.398,26 hab./km², e com uma população de 11.760.000 de habitantes, com estimativa de 12.177.000 em 2018. Somado a essa condição, que sinaliza a concentração de importante parcela da demanda turística emissiva do país, observa-se que a cidade de São Paulo também se caracteriza pela concentração de empresas de prestação de serviços do chamado terciário avançado, capazes de atrair grandes contingentes de turistas de negócios e de eventos e, de igual modo, pela concentração de atrativos histórico-culturais, espaços de lazer e de outros equipamentos e atividades relacionadas à economia criativa, a gastronomia e ao entretenimento que salvaguardam o papel de núcleo receptivo a capital paulistana, onde se concentra uma ampla oferta de meios de hospedagem, locadoras de veículos, agências de turismo, transportadoras turísticas, empresas de transporte aéreo e cruzeiros marítimos, espaços e empresas de eventos etc.

Tais ponderações ganham força quando lembramos que o município de São Paulo, centro da região metropolitana mais densa e dinâmica do país, tem demonstrado um quadro de recuperação econômica após alguns anos de retração, principalmente entre 2014 e 2017. Prova disso é que seu Produto Interno Bruto (PIB) para 2015, revisado recentemente pelo IBGE em parceria com a Fundação Seade, marca a cifra de R\$ 650,5 bilhões, o que corresponde a 11% do PIB brasileiro e 33,5% de toda produção de bens e serviços do Estado de São Paulo. O PIB da cidade de São Paulo está apenas abaixo do PIB dos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, e corresponde ao PIB da Grécia, a 49ª economia do mundo.

A decomposição deste valor por grandes setores mostra que o terciário (serviços), onde se encontra a atividade turística, é largamente predominante e representa 73% do Valor Adicionado. Dados do IBGE de 2016 mostram que o PIB *per*



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

capita da capital paulista alcançou R\$ 57.071,43/ano, e seu Índice de Desenvolvimento Humano Municipal – IDHM é de 0,805, superior ao índice médio do Brasil, que é de 0,76. O PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento classifica índices acima de 0,80 como de alto desenvolvimento humano. Entre 2010 e 2017, a capital do estado recebeu US\$ 72 bilhões de investimentos, ou 25% do total recebido por todo o estado de São Paulo nesse período.

Do ponto de vista do mercado de trabalho, o relatório Observatório do Trabalho de São Paulo, publicado em 2018 pelo Dieese aponta 5,3 milhões de pessoas ocupadas (4,1 milhões no setor privado) na capital do estado para uma população economicamente ativa da ordem de 6,4 milhões de pessoas, evidenciando a crise do emprego no país, principalmente nos grandes centros urbanos, e a cidade de São Paulo não foge à regra, com 17,3% de desempregados. Ainda assim, especificamente com relação ao mercado formal de trabalho, o Dieese mostra o destaque do setor de Serviços, que em 2017 acomodava 62,8% das pessoas ocupadas na cidade de São Paulo, enquanto 18,2% estavam ocupados no comércio, 12,9% na indústria e 6,1% no setor de construção. Nesse mesmo ano o rendimento médio real dos ocupados na cidade atingiu o patamar de R\$ 2.188,00, enquanto a média nacional alcançou R\$ 1.660,00. Por fim, vale destacar que o estudo da consultoria Tendências, publicado pelo jornal Folha de São Paulo em 08 de março de 2019 aponta que do total de pessoas ocupadas em São Paulo, 31,6% delas são trabalhadores informais, abaixo da média nacional que é de 40,8%.

O cenário acima indicado nos permite afirmar que a economia brasileira está em recuperação e conseqüentemente possibilita reiterar a centralidade assumida pelo turismo em tal processo, que como sinalizado nas iniciativas dos órgãos governamentais responsáveis pelo turismo nacional, acena as estratégias de qualificação e expansão da oferta para ampliar o número de turistas estrangeiros no país e romper a barreira do 7 milhões de visitantes até 2020. Segundo o Anuário Estatístico publicado pelo Ministério do Turismo em 2018, o país recebeu 6,6 milhões de visitantes estrangeiros em 2017, representando um aumento de 0,75% em relação ao ano anterior, de forte demanda em função da realização dos Jogos Olímpicos no Rio de Janeiro.

A tendência de crescimento na recepção de estrangeiros pode ser verificada durante a World Travel Market Latin America - 2017, realizado em São Paulo em abril de 2017, um dos eventos mais importantes do calendário de feiras internacionais de turismo. Na ocasião, a organização do evento apresentou dados da Organização Mundial do Turismo (OMT) que abalizavam o crescimento de 6% no turismo internacional na América do Sul, região em que a atividade turística é responsável por 8,8% do PIB total. A OMT previu ainda que até 2020 o número de chegadas internacionais a economias emergentes, incluindo o Brasil, superará o de chegadas a economias desenvolvidas. Em 2030, 57% das chegadas internacionais serão a destinos que são economias emergentes. A importância da apresentação desses dados durante a WTW Latin America é significativa, pois por tratar-se de uma feira de tendências de mercado funciona como bússola para orientar o planejamento anual para a promoção do turismo no país e nos núcleos emissivos-receptivos como São Paulo.

Entretanto, esse crescimento não foi suficiente para evitar o déficit na conta Viagens Internacionais da balança de serviços do Balanço de Pagamentos do país. Recebendo apenas 0,4% do valor total movimentado pelo turismo mundial, o Banco Central aponta que em 2017 o valor movimentado pelos visitantes estrangeiros no Brasil em relação ao que os brasileiros e residentes deixaram no exterior gerou um déficit de R\$ 5,8 bilhões, montante 55,7% maior do que o que foi registrado no ano anterior. Assim



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

sendo, o aumento do gasto dos estrangeiros passa a ser então fundamental para reverter esse resultado negativo e, não diferente, para consolidar a importância do turismo no desenvolvimento socioeconômico nacional.

Frente a esse quadro, seja pelos indicadores que posicionam o turismo como uma atividade central para o desenvolvimento de novo ciclos de expansão da economia mundial, seja pelos dados que sugerem a importância de seu incentivo para a recuperação da economia nacional, é inegável reconhecer a relevância da formação profissional no âmbito do turismo, sobretudo, da formação capaz de aproximar e preparar os futuros profissionais para lidar com o contexto vigente em seu entorno, isto é, um profissional capaz de reconhecer o dinamismo das atuais relações sociais, políticas, econômicas e culturais que circundam e movem o processo de globalização no plano local, os desafios impostos ao turismo no âmbito nacional e, principalmente, as possibilidades que constituem o horizonte de sua atuação no âmbito local, que como já sinalizado, nos posiciona frente a realidade da capital paulistana.

Nesse sentido, é relevante apontar que dentre as diretrizes políticas estabelecidas no Plano Nacional de Turismo (PNT 2018-2022), elaborado pelo Ministério do Turismo, o fortalecimento da regionalização tem destaque, cujo norteammento se dará por estratégias de profissionalização dos prestadores de serviço, dos gestores públicos e da mão de obra privada do setor turístico e pelo incentivo e aprofundamento de estudos e pesquisas no turismo. Percebe-se assim que o PNT visa exatamente aspectos nos quais os cursos de turismo comprometidos com a formação profissional antes mencionada, a exemplo do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo (GT) da Fatec São Paulo (Fatec-SP), baseiam sua atuação. É justamente nesse ponto que o fortalecimento da regionalização ganha espaço entre as palavras que amparam o oferecimento de GT da Fatec-SP, pois ao unirmos o conjunto de fatores aqui expostos aos dados que compõe o cenário do turismo da capital paulista veremos que se trata de um cenário único e potencial, conforme indicam os dados compilados dos documentos de 2015 a 2017 do Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo (OTE), publicado pelo núcleo de pesquisas e inteligência de mercado da São Paulo Turismo (SPTuris):

- A taxa de ocupação dos meios de hospedagem da cidade de São Paulo atingiu 68,15%, o que representa um aumento de 5,1% e o valor da diária média desses mesmos meios de hospedagem subiu 7,1%, chegando a R\$ 314,17. Vale mencionar que a capital paulista é um importante mercado para a atuação das principais redes hoteleiras nacionais e internacionais, detentoras de bandeiras (marcas) que atendem a diferentes segmentos da demanda hoteleira, dentre as quais pode-se citar a Choice, Accor, Marriott, Howard Johnson, Intercity, Radisson e Meliá, Slaviero e Estanzola. Segundo a publicação Dados & Fatos de 2018 de autoria da SPTuris, a cidade conta com 410 hotéis, disponibilizando 42 mil apartamentos, dentre os quais não se contabilizam as acomodações oferecidas nos 72 *hostels* paulistanos.
- O movimento de passageiros nos três aeroportos que servem a cidade de São Paulo cresceu 5,5%. Cabe mencionar que a ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) aponta que em 2018 houve aumento do número de destinos, tanto nacionais como internacionais, servidos pelos aeroportos de Congonhas e Guarulhos. Atualmente a partir de São Paulo pode-se atingir 46 destinos domésticos e 46 internacionais, número esse que reverte a queda observada nos últimos 6 anos e iguala ao ápice do movimento aéreo verificado na cidade em 2011.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

- O movimento de passageiros nos terminais rodoviários da cidade de São Paulo cresceu 2%.
- A contribuição do setor turístico com Imposto sobre Serviços – ISS elevou-se em 13,4%, atingindo uma contribuição total de R\$ 33 milhões para o município.

Outra publicação do Observatório do Turismo, *São Paulo: Cidade do Mundo*, apresenta dados igualmente importantes sobre o desempenho do turismo paulistano em 2017 e destaca a oferta de serviços e equipamentos instalada na capital, dados estes que reiteram a especificidade do turismo paulistano:

- 15,4 milhões de visitantes na cidade, aumento de 3,3% em relação a 2016, ano de forte demanda em razão da realização da Copa do Mundo de Futebol. Desse total de visitantes, 2,7 milhões eram estrangeiros. Os principais emissores internacionais são Argentina, Estados Unidos, Espanha, França e Alemanha.
- O gasto total desses visitantes alcançou o patamar de R\$ 12,4 bilhões.
- Apenas a atividade turística da cidade de São Paulo representa 9,8% de todo o PIB turístico do Brasil.
- O tempo médio de estadia dos turistas nacionais em São Paulo foi de 3 dias, com gasto diário médio de R\$ 180,00, já a média de estadia do turista estrangeiro é de 4 dias, com gasto médio diário de R\$ 484,00.
- A cidade de São Paulo conta com 20 mil restaurantes de 52 diferentes especialidades gastronômicas, além de 30 mil bares, bem como possui 53 shoppings e 59 ruas de comércio especializado, que atraem uma parcela significativa do turismo de compras nacional.

Além dos dados citados, é relevante apontar separadamente o crescimento do setor de turismo de negócios e de eventos na capital paulista, ou se preferirmos, na capital sul-americana de feiras e negócios. Segundo o *São Paulo Convention and Visitors Bureau* (SPCVB) foram realizados mais de 2000 mil eventos nacionais e internacionais no ano de 2018 em São Paulo, sendo que 478 deles foram sediados nas zonas central e norte, áreas de maior alcance da Fatec São Paulo. A publicação *Visite São Paulo* do SPCVB aponta dados expressivos para o setor na cidade de São Paulo:

- Segundo a *International Congress and Convention Association* (ICCA), em 2017 a cidade sediou 55 eventos internacionais, classificando-se em 8º lugar nas Américas e 43º lugar em todo o mundo.
- Um evento a cada 6 minutos na capital paulista, o que representa 42% de todo o mercado brasileiro de feiras e eventos.
- A oferta instalada de espaços para realização de eventos em São Paulo atinge 4,4 milhões de m²
- 120 das 180 grandes feiras do Brasil são realizadas na capital paulista, onde ocorre uma feira de negócios a cada 3 dias, totalizando 75% do mercado brasileiro de feiras de negócios.
- Metade dos 15,4 milhões de visitantes apontou “negócios e eventos” como principal motivo para visitar São Paulo.

Ainda segundo a publicação *Visite São Paulo* do SPCVB, em 2017 o turismo movimentou na cidade cerca de R\$ 12,4 bilhões em viagens, hospedagens e transportes aéreos e terrestres, valores que em grande medida decorrentes dos turistas atraídos



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

pelos principais eventos realizados na cidade de São Paulo, que em 2018, alcançaram os seguintes números:

- Carnaval de rua – 12 milhões de participantes. Vale destacar o grande crescimento do movimento gerado pelos eventos relacionados ao carnaval na cidade de São Paulo. Segundo a prefeitura, 491 blocos de rua foram cadastrados em 2018, movimentando R\$ 550 milhões. Em 2019, esses números foram significativamente elevados, quando o número de blocos subiu para 596, estimando o montante de R\$ 730 milhões em movimentação de recursos, um aumento de 33%.
- Virada Cultural - 3 milhões de participantes.
- Parada GLBT - 3 milhões de participantes.
- Réveillon na Paulista - 1,9 milhão de participantes.
- Bienal do Livro - 700 mil de participantes.
- Salão do Automóvel - 700 mil de participantes.
- Bienal Internacional de Arte de São Paulo - 500 mil de participantes.
- GP Fórmula 1 - 150 mil de participantes.

Tais dados nos apresentam a capital paulistana a partir do que se convencionou denominar de destino turístico *business-friendly environment*, que em poucas palavras indica as cidades capazes de atrair turistas e, ao mesmo tempo, oferecer um ambiente propício para os negócios realizados em decorrência dessa capacidade de atração, caracterizando assim, as metrópoles consideradas como destinos de turismo de negócios e eventos. Portanto, tratamos de uma cidade que possibilita a instalação das atividades produtivas que não somente impulsionam o desenvolvimento socioeconômico, mas também, atraem os fluxos turísticos e desenvolvem, competitivamente, a oferta que os atendem.

Para além de tais dados deve-se destacar que as opções de lazer e cultura oferecidas em São Paulo também a caracterizam como um destino turístico receptivo de múltiplas vocações, fator esse essencial aos desígnios que norteiam a relevância do curso de GT da Fatec-SP. Nos referimos ao conjunto de atrativos, recursos e equipamentos culturais, históricos, sociais e naturais que consolidam o turismo urbano promovido na capital. Como exemplo pode-se citar os mais de 100 museus instalados em São Paulo, grandeza que se torna significativa quando comparada ao número de instituições deste tipo existentes Londres, cidade que lidera o ranking com 162 museus. De igual modo pode-se listar as mais de 280 salas de cinema e 270 centros culturais e teatros, bem como as mais de 150 bibliotecas e centros de estudo e os mais de 110 parques e áreas verdes.

Porém, não é apenas por ser um centro econômico-financeiro, um espaço de concentração de eventos e um núcleo de notável concentração de atividades culturais e de entretenimento que São Paulo é considerada atrativa, não podemos deixar de mencionar a concentração de equipamentos de saúde existente na capital, um recurso igualmente relevante para compreender a especificidade do turismo paulistano e, consequentemente, acenar a especificidade da formação do profissional que atuará nesse mesmo cenário. Nesse sentido, convém destacar que a metrópole paulistana é sede inúmeros complexos hospitalares e estabelecimentos de serviços médicos que, segundo a publicação *Visite São Paulo*, do SPCVB, em 2017, somam 700 hospitais privados, 9 mil clínicas com 50 especialidades médicas e de 50 spas que quando integrados ao setor de eventos e, portanto, para além dos viajantes motivados para fins



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

de saúde, contabilizam a realização de cerca de 740 eventos temáticos nas áreas de saúde e estética.

A exposição de tais dados nos parece suficiente apontar os motivos que justificam a presença de cerca de 19 cursos de formação superior na área de turismo (bacharelado e tecnólogo, incluindo modalidade EaD) existentes na cidade de São Paulo. No entanto, tal aspecto se torna relevante se lembrarmos que em São Paulo apesar da existência de tais cursos, muitos dos quais associados ao Eixo de Turismo, Hospitalidade e Lazer, essa mesma oferta é insuficiente para as necessidades da demanda educacional e do mercado profissional, cada vez mais exigente em relação à qualificação profissional.

No que diz respeito a demanda educacional deve-se apontar que entre os 19 cursos que oferecerão vagas para o ano de 2019 (segundo semestre) há apenas 4 cursos oferecidos em instituições públicas, destes apenas 2 são da área de Gestão em Turismo (tecnólogo), um deles o da Fatec-SP. Dentre os 15 restantes, a maioria, ou 11 cursos oferecem o curso de Gestão em Turismo (tecnólogo), sendo 7 na modalidade EaD e 4 na modalidade presencial, os 4 restantes, que completam o oferta das instituições privadas oferecem curso de Turismo (bacharelado). Assim sendo, diante dos dados apresentados entre as informações que listam a potencialidade e a realidade do turismo paulistano não será difícil reconhecer que há uma reduzida oferta de cursos na área, sobretudo se consideramos que dentre projetos pedagógicos dos cursos apontados há poucas referências as especificidades do turismo paulistano, refletindo assim, no que se pode denominar de distanciamento entre a formação profissional e a realidade do cenário onde atuará o egresso de tais instituições.

Tal leitura favorece a relevância do curso de GT da Fatec-SP, pois como acima destacado a oferta de um curso superior tecnológico em instituição pública, presencial com a duração de três anos (seis semestres) e focado na atuação para o mercado de trabalho constituído sob as especificidades do turismo paulistano é pouco notada entre os demais cursos componentes da oferta pesquisada. Dito de outra forma, o direcionamento a formação profissional e o reconhecimento do amplo conjunto de fatores que circundam o turismo paulistano, bem como, do dinâmico movimento da globalização, os quais destacamos desde nossas primeiras palavras, são importantes termos na justificativa aqui apresentada e, de modo objetivo, sinalizam a formação de profissionais capazes de lidar com o conjunto de desafios, problemas e possibilidades que constituem e produzem as especificidades do turismo na capital paulista.

Como já mencionado, a concentração dos negócios, equipamentos, recursos, atrativos e demandas que constituem o universo do turismo em São Paulo não se dissocia do conjunto de desafios que modulam os movimentos da economia, da política, da cultura e da sociedade em tempos de globalização e, de igual modo, não se separam das dificuldades decorrentes das oscilações no âmbito econômico – crises, inovações e transições. Logo, o curso de GT da Fatec-SP não se justifica pelo simples fato de São Paulo ser “turística”, mas sim por apontar a formação de indivíduos e profissionais capazes de lidar com o desafio de tornar São Paulo “turística” a partir do reconhecimento de suas especificidades e do conjunto de fatores que agem sobre estas mesmas características, aqui consideradas matéria essencial para a formação crítica, cidadã e profissional daqueles que atuarão, gerenciarão negócios, departamentos, atividades e ações, ou mesmo, planejarão os caminhos do turismo nesse consolidado e desafiante núcleo emissor-receptivo.

Nesse mesmo sentido, é relevante apontar que a oferta do curso de GT da Fatec-SP em período matutino e vespertino corresponde a mais um elemento



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

diferencial, que igualmente justifica sua proposição, pois difere do horário de outras instituições de ensino, via de regra, ofertantes de cursos noturnos (dos 19 pesquisadas, apenas 3, incluindo o curso de GT da Fatec-SP, oferecem vagas em período matutino e vespertino). Pela própria característica da operação das empresas turísticas como hotéis, restaurantes, organizadoras de eventos e transportadoras aéreas, o horário de trabalho é amplo, possibilitando oferta de vagas de trabalho e estágio em vários períodos. Corrobora também para isso a demanda de alunos inscritos nos últimos vestibulares. Muitas das oportunidades geradas pelo setor turístico são aproveitadas por alunos de outras instituições de ensino superior pois exigem entrada na empresa às 18h00 ou saída às 13h00, coincidindo com o horário do atual curso de GT da Fatec-SP.

Tal perspectiva posiciona o curso de GT da Fatec-SP frente a uma ampla demanda não atendida nos cursos superiores existentes em São Paulo, seja pelo horário, seja pelo tipo de formação proposta acredita-se que os diferenciais até então listados justificam tal afirmação. Ademais, há também a demanda de egressos dos cursos técnicos do Eixo, como Técnico em Agenciamento de Viagem, Técnico em Eventos, Técnico em Cozinha e Técnico em Turismo Receptivo do próprio Centro Paula Souza. Os egressos destes cursos são candidatos em potencial para o curso de GT da Fatec-SP, dado que podem prosseguir e aprofundar seus estudos na formação profissional fazendo uso também do aproveitamento de estudos, que, conforme a Lei de Diretrizes e Bases (LDB), no capítulo II, artigo 41, reconhece que o “conhecimento adquirido na educação profissional, inclusive no trabalho, poderá ser objeto de avaliação, reconhecimento e certificação para prosseguimento ou conclusão de estudos.” Não diferente é o Regulamento da Graduação das Faculdades de Tecnologia, que na Seção IV, artigo 53 menciona o uso de “exame de proficiência destinado a verificar se o aluno já possui os conhecimentos que permitem dispensá-lo de cursar disciplinas obrigatórias ou optativas do Currículo de seu curso de graduação”.

A localização da unidade também é um diferencial, pois é próxima à estação Tiradentes (linha Azul do Metrô de São Paulo) e está sediada no eixo Luz-Bom Retiro, região central de São Paulo, onde, além das facilidades de acesso, há inúmeros equipamentos histórico-culturais instalados, muitos dos quais pertencentes a lista dos atrativos turísticos mais visitados da capital (Pinacoteca do Estado, Sala São Paulo, Parque da Luz etc.), forte atividade comercial (Bom Retiro e Santa Efigênia) e infraestrutura de hospedagem e de eventos (área central nas proximidades do Largo do Arouche e Praça da República e ao longo do eixo das avenidas São João e Ipiranga). Tal condição merece destaque pois tal proximidade possibilita a realização de um sem número de atividades práticas, bem como de atividades de pesquisa e ensino que correlacionem o aprendizado proposto em sala de aula ao conjunto de fatores que compõe a realidade do turismo paulistano, como especial atenção a região central, a qual sabidamente ocupa amplo espaço no debate acadêmico, profissional e político do turismo em São Paulo.

A perspectiva de aproximar o docente da realidade do turismo paulistano também encontra respaldo no núcleo de disciplinas específicas da área de conhecimento de turismo que, tal como acima sinalizado, é concebida em constante integração com as disciplinas que tratam de temas correlatos ao turismo e, em especial, ao turismo efetivado na cidade de São Paulo, a exemplo da discussão de políticas públicas, estratégias de marketing e negócios, análise de aspectos geográficos e ambientais ligados ao meio urbano, pesquisas e debates sobre a formação e uso do patrimônio histórico-cultural no turismo, estudos de aspectos sociológicos,



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

reconhecimento e adequação do potencial de projetos em negócios turísticos, atuação em empresas do setor etc.

Nesse sentido, é importante frisar que curso de GT da Fatec-SP se posiciona como um curso capaz de oferecer aos discentes uma formação de base ampla e consoante com os desígnios do Centro Paula Souza, sem que isso redunde em um distanciamento das especificidades do turismo paulistano. Por essa razão, os temas que compõem a justificativa aqui apresentada reiteram o contexto da formação profissional visada no curso de GT da Fatec-SP, integrando um corpo docente qualificado e especializado, com vivência empresarial e acadêmica, à localização e as suas possibilidades de estudos práticos, visitas e viagens técnicas etc., ao entorno antes mencionados e aos já apontados movimentos econômicos, sociais, políticos etc. que reiteram a influência da globalização na atual sociedade.

Assim, espera-se aperfeiçoar e, ao mesmo tempo dar novo direcionamento ao curso de GT da Fatec-SP, validando os diferenciais mencionados com uma grade curricular que visa atender às necessidades do mercado e promover suporte teórico-prático as atividades de ensino e de aprendizagem integradas a realidade do turismo paulistano. Cabe lembrar que o curso de GT da Fatec-SP não deixará que aperfeiçoar os projetos, atividades e ações que, em certa medida, definem alguns de seus diferenciais já consolidados ao longo de onze anos⁵ de existência, quais sejam:

- manter acordos de parceria de cooperação de treinamento, estágios e empregos com diversas organizações como a ABAV-SP (Associação Brasileira de Agências de Viagens), a BRAZTOA (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo) e o ICIF (*Italian Culinary Institute for Foreigners*) visando estendê-los com parceiras com outros setores como meios de hospedagem (ABIH), Turismo de Negócios (Abracorp/Abgev), transportadoras turísticas, eventos e locadoras de veículos (ABLA);
- manutenção e ampliação das atividades do Laboratório de Turismo (LabTur), dentre outras ações, responsável para realização de visitas técnicas e viagens de estudos com elaboração de projetos, apoio a pesquisa e a eventos, bem como a divulgação de parte do conhecimento específico de cada segmento de mercado, com indicação e oferta de palestras e acompanhamento de TCCs específicos, possíveis estágios e empregos;
- estabelecimento de novas cooperações com órgãos governamentais e não-governamentais interessados em desenvolver pesquisas e projetos no âmbito do turismo, a exemplo dos projetos realizados com as prefeituras dos municípios de Santo André (Inventário da Oferta Turística - INVTUR) e de Louveira (Pesquisa da Demanda da Festa da Uva), Secretaria Municipal de Turismo/SPTuris (Desenvolvimento do Plano de Turismo Municipal - PLATUM);
- manutenção e ampliação das atividades realizadas em laboratórios específicos para o desenvolvimento de atividades referentes às disciplinas do curso que além do já citado LabTur, conta com o Laboratório de Línguas, de Informática e de Gastronomia (na Etec Santa Ifigênia), para as aulas práticas de Gastronomia e Turismo.

Como última análise, vale mencionar que foram tomadas ações importantes para a reformulação do curso como investigar as razões de evasão, destacando a

⁵ O Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Fatec-SP teve início no primeiro semestre de 2011, devido a uma reestruturação, adequando-se ao CNCST. Anteriormente, era Curso Superior de Tecnologia em Turismo e Hospitalidade, que iniciou suas atividades no primeiro semestre de 2008.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

necessidade da oferta em dois períodos. Também foram realizadas consultas sobre competências necessárias para um bom profissional na área junto a empresas e a profissionais, incluindo de ex-alunos. A boa formação já oferecida pelo curso é destacada, porém entende-se que o dinamismo do mercado e as mudanças culturais provocam a necessidade de atualização constante do curso. Destacam-se assim além das competências específicas da área de turismo, competências em comunicação, planejamento e gestão, reconhecimento de diversidade cultural e questões sociais contemporâneas. Acreditamos que com esta proposta de alteração do nosso curso, estamos avançando no desenvolvimento de uma formação mais dinâmica e alinhada com o mercado de trabalho, contribuindo para o fortalecimento do turismo como uma importante atividade econômica, social e cultural no cenário paulistano.

3. Objetivo do Curso

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Faculdade de Tecnologia de São Paulo destina-se à formação de profissional ético, atualizado e capaz de planejar, desenvolver, organizar e realizar as funções pertinentes ao exercício da atividade turística seja no âmbito privado ou público, principalmente no desenvolvimento de ações de gestão de empresas, empreendimentos, espaços e localidades com potencialidade turística.

Durante o curso, existe a articulação entre formação de conteúdo específico, prática profissional e capacidade de atualizar-se continuamente para o planejamento de atividades turísticas como o agenciamento de viagens e gestão do turismo emissivo e receptivo, de transportadoras turísticas, de empresas de hospedagem, de empresas organizadoras de eventos, além da oferta de lazer e entretenimento, atividades culturais, gastronomia e consultorias, em acordo com as políticas públicas do turismo e da educação no ensino superior em turismo, a saber, o PNT – Plano Nacional do Turismo, para comercialização e promoção dos produtos e serviços turísticos, das diretrizes nacionais para os cursos superiores em turismo e o Decreto nº 5.773/06, do Ministério da Educação e o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, incentivando o aluno a atuar e empreender no turismo e na hospitalidade.

Para tanto curso de GT da Fatec-SP visa formar profissionais técnicos, críticos e reflexivos que, com conhecimento aprofundado da estrutura, organização e dinâmica do fenômeno turístico nos contextos social, econômico, cultural e ambiental do país, do Estado e da cidade de São Paulo, bem como tenha um sólido embasamento teórico, associado à capacidade de reflexão e síntese, para atuar em diferentes setores da atividade turística, seja na iniciativa pública ou privada ou em organizações que planejam, organizam e prestam serviços para o desenvolvimento do turismo.

Dessa forma, o curso destina-se à formação de profissional atualizado e capaz de operacionalizar, planejar, organizar, gerenciar e atuar em empresas e atividades turísticas, ou seja, apto a atuar nas seguintes tarefas:

- Idealizar, organizar, administrar ou atuar em empresas diretamente ou indiretamente ligadas ao turismo reconhecendo as especificidades de cada contexto de atuação;
- Idealizar, planejar, gerenciar ou atuar em atividades correlatas aos diferentes segmentos e localidades turísticas (planejamento, promoção, organização etc), com destaque para as atividades comumente presenciadas no âmbito do turismo paulistano.
- Idealizar, organizar e executar políticas, planos, programas e/ou projetos turísticos propostos pela iniciativa pública ou privada.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

4. Perfil Profissional do Egresso

O profissional formado pelo curso deverá:

- Estar apto a planejar, organizar, conduzir, operacionalizar atividades turísticas nos diferentes setores que envolvem a recepção turística;
- Traduzir as diferentes culturas e aspectos sociais para o correto atendimento a diferentes perfis de turistas nacionais e internacionais;
- Interpretar para o turista a nossa cultura e sua contextualização;
- Compreender e absorver valores de responsabilidade social, justiça e ética dentro de sua atuação profissional;
- Buscar soluções, tomando decisões num mundo que se caracteriza pela interdependência e pela diversificação no contexto da globalização;

Assim, concluído o currículo proposto, o aluno formado pela FATEC-SP deverá estar apto para exercer o seu papel na sociedade, com o seguinte perfil profissiográfico:

- Profissional ético e empreendedor, capaz de atuar de modo integrado e sistêmico, dotado de amplo domínio das estratégias relacionadas a planejamento, organização e gestão de empreendimentos turísticos, localidades e serviços oferecidos pelos diferentes setores que compõem a atividade turística.
- Completa o perfil profissiográfico um elevado poder de resiliência com habilidade de perceber as mudanças e tendências que possam ocorrer na área em que atua. Portanto, o curso de Gestão de Turismo deve desenvolver no aluno as seguintes habilidades e competências:

Competências	Habilidades
Identificar e avaliar os meios e recursos disponíveis e as oportunidades de Mercado.	Aplicar e adequar conhecimentos e técnicas de relações humanas para o recebimento, orientação, informação e condução do turista.
Identificar, avaliar e selecionar informações geográficas, históricas, artísticas, recreativas e de entretenimento, atividades de lazer e eventos, folclóricas, artesanais, gastronômicas, de transporte, de agenciamento e de hospedagem.	Adequar a oferta aos interesses, hábitos, atitudes e expectativas dos turistas, preservando as peculiaridades da identidade cultural e ambiental das localidades visitadas.
Identificar, avaliar e selecionar locais e espaços e equipamentos para eventos, recreação, animação artes e cultura.	Conduzir a preparação e montagem dos produtos e serviços inerentes a recepção de turistas e o agenciamento de viagens e passeios (<i>tours</i>).
Identificar e prever serviços pessoais, turísticos e de apoio ao turismo	Articular outros profissionais prestadores de serviços e produtos turísticos.
Identificar e avaliar locais com potencialidades turísticas, atrativos turísticos adequados aos diferentes segmentos de turistas.	Contatar, negociar e contratar diferentes prestadores de serviços turísticos e de apoio a recepção de turistas nacionais e internacionais.
Supervisionar o conjunto ou parte dos serviços de outros prestadores.	Receber, orientar, informar e articular a condução de turistas.
Coordenar os recursos institucionais financeiros, materiais, o suprimento, a cobrança, a segurança das operações de	Coordenar e supervisionar serviços de terceiros.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

recepção e dos próprios turistas e serviços auxiliares e de apoio a recepção de turistas.	
Identificar as necessidades e soluções adequadas ao melhor atendimento do turista.	Utilizar informações referentes ao turista, ao turismo e aos serviços, contextualizando-os no ambiente da localidade visitada e adequando-os as necessidades e expectativas do turista.
Desenvolver visão mercadológica prospectiva, que favoreça a inovação e melhora no processo de recepção de turistas.	

5. Dados Gerais do Curso

5.1 Carga horária total	2880 aulas + 240 horas de Estágio Curricular/práticas profissionais + 160 horas de Trabalho de Graduação= 2800horas
5.2 Duração da hora/aula	50 minutos
5.3 Período letivo proposto	Semestral
5.4 Quantidade de vagas semestrais	Vespertino 40 vagas por semestre.
5.5 Turnos e horário de funcionamento	12h50 às 18h de segunda à sexta-feira (vespertino)
5.6 Período de integralização do curso	Mínimo de 06 semestres Máximo de 10 semestres
5.7 Regime de matrículas	Conjunto de disciplinas
5.8 Forma de acesso	Classificação em Processo Seletivo – Vestibular. É realizado em uma única fase, com provas das disciplinas do núcleo comum do ensino médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e redação.

5.9 Normas Legais

A Composição Curricular do Curso, acha-se regulamentada na Resolução CNE/CP nº 03/2002, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia.

A Carga Horária estabelecida para o Curso, na Portaria nº 413, de 12 de maio de 2016, que aprova, em extrato, o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST).

O Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, pelo Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST), pertence ao Eixo Tecnológico Turismo, Hospitalidade e Lazer e propõe uma carga horária mínima no total de 1600 horas. A carga horária de 2640 aulas corresponde a um total de 2400 horas relógio, mais 240 horas de estágio supervisionado/práticas profissionais, perfazendo um total de 2880.horas, contemplando assim o disposto na legislação.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

6. Organização Curricular

a. Matriz Curricular – Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo

1º semestre	2º semestre	3º semestre	4º semestre	5º semestre	6º semestre
Projeto Integrador I (40 aulas)	Projeto Integrador II (40 aulas)	Projeto Integrador III (40 aulas)	Projeto Integrador IV (40 aulas)	Projeto Integrador I (40 aulas)	Projeto Integrador I (40 aulas)
Tópicos em História Contemporânea (80 aulas)	Operação e Agenciamento de Viagens (80 aulas)	Relações Internacionais no Turismo (80 aulas)	Gestão de Eventos (80 aulas)	Estudo de Viabilidade Econômica aplicado às Empresas de Turismo (80 aulas)	Captação de Recursos para Projetos Turísticos (80 aulas)
Turismo na Contemporaneidade (80 aulas)	Patrimônio Cultural e Turismo (80 aulas)	Meios de Hospedagem (80 aulas)	Gastronomia e Turismo (80 aulas)	Planejamento, Regionalidade e Competitividade do Destino Turístico (80 aulas)	Desenvolvimento de Negócios (80 aulas)
Geografia Aplicada ao Turismo (80 aulas)	Sociologia do Lazer e do Turismo (80 aulas)	Meio Ambiente e Sustentabilidade para o Turismo (80 aulas)	Gestão de Pessoas em Empresas de Turismo (40 aulas)	Políticas Públicas para o Turismo (40 aulas)	Análise de riscos e adm. de crises em turismo (40 aulas)
Fundamentos da Hospitalidade (40 aulas)	Marketing Promoção e Comercialização do Destino Turístico (80 aulas)	Transportes no Turismo (40 aulas)	Tec. Da Inform. e da Comunicação (40 aulas)	Sociedade Espaço e Turismo (40 aulas)	Relações Interpessoais (40 aulas)
Economia Aplicada ao Turismo (40 aulas)	Comunicação e Expressão I (40 aulas)	Administração (40 aulas)	Estadística, Métricas e Indicadores no Turismo (40 aulas)	Seg. e Acessibilidade na Atividade Turística (40 aulas)	Legislação Aplicada ao Turismo (40 aulas)
Comunicação e Expressão II (40 aulas)	Comunicação e Expressão III (40 aulas)	Comunicação e Expressão IV (40 aulas)	Comunicação Multimodalidade em Turismo (40 aulas)	Gestão de Empresas Turísticas (40 aulas)	Optativa (Francês ou Alemão) (80 aulas)
Inglês I (40 aulas)	Inglês II (40 aulas)	Inglês III (40 aulas)	Inglês IV (40 aulas)	Método para Produção de Conhecimento (40 aulas)	Inglês VI (40 aulas)
Espanhol I (40 aulas)	Espanhol II (40 aulas)	Espanhol III (40 aulas)	Espanhol IV (40 aulas)	Espanhol V (40 aulas)	Espanhol VI (40 aulas)

Atividades Externas à Matriz

Estágio Curricular Supervisionado (ECS) - 240 horas

ECS (240 Horas)

Trabalho de Graduação (TG)

TG (160 Horas)

aulas/horas semanais: 24a/zun semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/zun semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/zun semestrais: 480a/400h	aulas/horas semanais: 24a/zun semestrais: 480a/400h T.C.S.: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/zun semestrais: 480a/400h T.C.S.: 80 horas TG: 80 horas	aulas/horas semanais: 24a/zun semestrais: 480a/400h T.C.S.: 80 horas TG: 80 horas
---	---	---	---	---	---

DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO

Básicas	Aulas	%	Profissionais	Aulas	%	Linguas e Multidisciplinares	Aulas	%
Matemática e Estatística	40	1,4	Projetos (Integrador, Acadêmico, AAP, etc)	240	8,3	Comunicação em Língua Portuguesa	200	6,9
Metodologias de Pesquisa	40	1,4	Tecnológicas Específicas para o Curso	1320	45,8	Comunicação em Língua Estrangeira	560	19,4
Administração e Economia	400	13,9	Tecnológicas Gerais	40	1,4	Multidisciplinar	40	1,4
TOTAL	480	16,7	TOTAL	1600	55,6	TOTAL	800	27,8
2400 Horas			2880 Aulas			100,0 %		

RESUMO DE CARGA HORÁRIA:

2880 aulas à 2400 horas (atende CNCST, conforme del 86 de 2009, do CEE-SP e diretrizes internas do CPS)

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

DISTRIBUIÇÃO DA CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL POR TIPO DE ATIVIDADE CURRICULAR (teóricas e práticas)

		SIGLAS	Aulas Semanais	Carga Didática Semestral		
				Tipo de atividade curricular		
				Teoria	Prática	Total
1º SEMESTRE	Turismo na contemporaneidade	SGT-032	4	80		80
	Tópicos em História Contemporânea	HSM-003	4	80		80
	Economia Aplicada ao Turismo	ECN-003	2	40		40
	Geografia Aplicada ao Turismo	GEO-004	4	80		80
	Fundamentos da Hospitalidade	SGT-031	2	40		40
	Comunicação e Expressão I	POR-036	2	40		40
	Inglês I	ING-111	2	40		40
	Espanhol I	ESP-041	2	40		40
	Projeto Integrador I	SGT-201	2	40		40
	TOTAL SEMANAL		24	TOTAL SEMESTRE		480
2º SEMESTRE			Aulas Semanais	Carga Didática Semestral		
				Tipo de atividade curricular		
	Operação e Agenciamento de Viagens	SGT-033	4	40	40	80
	Patrimônio Cultural e Turismo	SGT-034	4	80		80
	Comunicação e Expressão II	POR-037	2	40		40
	Sociologia do Lazer e do Turismo	SOC-001	4	40	40	80
	Marketing, Promoção e Comercialização do Destino Turístico	PMG-102	4	80		80
	Inglês II	ING-112	2	40		40
	Espanhol II	ESP-042	2	40		40
	Projeto Integrador II	SGT-202	2	40		40
	TOTAL SEMANAL		24	TOTAL SEMESTRE		480
3º SEMESTRE			Aulas Semanais	Carga Didática Semestral		
				Tipo de atividade curricular		
	Relações Internacionais no Turismo	GEP-008	4	80		80
	Administração	ADM-011	2	40		40
	Meios de Hospedagem	SGT-036	4	80		80
	Meio Ambiente e Sustentabilidade para o Turismo	GAT-002	4	80		80
	Transportes no Turismo	SGT-035	2	40		40
	Comunicação e Expressão III	POR-038	2	40		40
	Inglês III	ING-113	2	40		40
	Espanhol III	ESP-043	2	40		40
	Projeto Integrador III	SGT-203	2	40		40
	TOTAL SEMANAL		24	TOTAL SEMESTRE		480
4º SEMESTRE			Aulas Semanais	Carga Didática Semestral		
				Tipo de atividade curricular		
	Gestão de Eventos	SGT-037	4	40	40	80
	Gastronomia e Turismo	SGT-038	4	40	40	80
	Tecnologia da Informação e da Comunicação	ITI-015	2	40		40
	Comunicação Multimodalidade em Turismo	COM-023	2	40		40
	Estatística, métricas e indicadores de Turismo	EST-019	2	40		40
	Gestão de Pessoas em Empresas de Turismo	SGT-039	2	40		40
	Comunicação e Expressão IV	POR-039	2	40		40
	Inglês IV	ING-114	2	40		40

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

	Espanhol IV	ESP-044	2	40		40
	Projeto Integrador IV	SGT-204	2	40		40
	TOTAL SEMANAL		24	TOTAL SEMESTRE		480
			Aulas Semanais	Carga Didática Semestral Tipo de atividade curricular		
5º SEMESTRE	Políticas Públicas para o Turismo	SGT-040	2	40		40
	Estudo de viabilidade econômica aplicado a empresas de turismo	ADM-126	4	80		80
	Sociedade, Espaço e Turismo	SOC-003	2	40		40
	Gestão de Empresas Turísticas	SGT-041	2	40		40
	Segurança e acessibilidade turística	SGT-042	2	40		40
	Métodos de produção do conhecimento	MPC-005	2	40		80
	Planejamento, Regionalidade e Competitividade do Destino Turístico	SGT-043	4	80		40
	Inglês V	ING-115	2	40		40
	Espanhol V	ESP-045	2	40		40
	Projeto Integrador V	SGT-044	2	40		40
	TOTAL SEMANAL		24	TOTAL SEMESTRE		480
	Disciplinas / Atividades		Aulas Semanais	Carga Didática Semestral Tipo de atividade curricular		
6º SEMESTRE	Legislação Aplicada ao Turismo	LAT-002	2	40		40
	Captação de recursos para projetos turísticos	SGT-045	4	80		80
	Desenvolvimento de negócios	ADM-012	4	80		80
	Optativa (Francês ou Alemão disciplina da unidade)	FRA-016 ALE-016	4	80		80
	Relações Interpessoais	ADM-013	2	40		40
	Análise de riscos e administração de crises em Turismo	ADM-014	2	40		40
	Inglês VI	ING-116	2	40		40
	Espanhol VI	ESP-046	2	40		40
	Projeto Integrador VI	SGT-206	2	40		40
	TOTAL SEMANAL		24	TOTAL SEMESTRE		480

7. METODOLOGIA DE ENSINO

As metodologias de ensino e avaliação discente adotadas no curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo foram concebidas para proporcionar formação coerente com o perfil do egresso postulado no projeto pedagógico do curso. O ensino é pautado pelo caráter teórico-prático nas disciplinas básicas, de formação profissional, de conteúdos de estudo quantitativo e suas tecnologias e de formação complementar, onde a execução de procedimentos discutidos nas aulas consolida o aprendizado e confere ao aluno a destreza prática requerida ao exercício da profissão.

O ensino é pensado e executado de modo a contextualizar o aprendizado, formando um egresso com postura crítica nas questões locais, nacionais e mundiais, também capaz de inferir no desenvolvimento tecnológico da profissão em constante mudança. A construção da formação do aluno está fundamentada na tríade ensino, pesquisa e extensão. As atividades de pesquisa são estimuladas durante o processo de ensino, despertando nos discentes o interesse em participar de ações de iniciação científica por meio dos projetos integradores, o que permite uma maior reflexão e associação de suas investigações com os conteúdos curriculares trabalhados em aula. Desta forma, o curso estimula a formação e a construção do espírito científico.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Os instrumentos de avaliação são concebidos de forma diversificada por meio de avaliações escritas em grupo e individuais, seminários, realização de aulas práticas, estudos de campo, planejamento e realização de eventos, desenvolvimento de projetos e elaboração de trabalhos científicos. Como suporte ao seu aprendizado, o aluno conta ainda com outros recursos: os projetos integradores, as práticas profissionais e as visitas técnicas que complementam os conhecimentos adquiridos em classe e promovem aproximação com a realidade do mercado de trabalho. Também há suporte das monitorias de disciplina, período destinado a estudo livre, que corroboram para implementação das diferentes metodologias adotadas no curso.

8. EMENTÁRIO

PRIMEIRO SEMESTRE

SIGLAS	RELAÇÃO DE DISCIPLINAS	ATIVIDADES			
		Aulas SEMESTRAIS	CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL Tipo de atividade curricular		
			Teoria	Prática	Total
SGT-032	Turismo na contemporaneidade	4	80		80
HSM-003	Tópicos em História Contemporânea	4	80		80
ECN-003	Economia Aplicada ao Turismo	2	40		40
GEO-004	Geografia Aplicada ao Turismo	4	80		80
SGT-031	Fundamentos da Hospitalidade	2	40		40
POR-036	Comunicação e Expressão I	2	40		40
ING-111	Inglês I	2	40		40
ESP-041	Espanhol I	2	40		40
SGT-201	Projeto Integrador I	2	40		40
Total do semestre: 480					

TURISMO NA CONTEMPORANEIDADE

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Compreender as transformações do Turismo no percurso do tempo. Refletir sobre os conceitos e em relação aos paradigmas contemporâneos do Turismo. Inteirar-se dos desafios e das oportunidades do Turismo. Discutir o papel da inovação na gestão de destinos. Entender o Turismo como fenômeno social do mundo contemporâneo

EMENTA: Possibilitar aos alunos um contato introdutório com a complexidade do turismo a partir de sua conceituação teórica e prática em campos diversos do conhecimento científico. Visa familiarizar o aluno com a multiplicidade e interdisciplinaridade da atividade turística de maneira a fundamentar o entendimento da matéria, preparando-o para as demais fases do curso. Propiciar um conhecimento sobre o estudo interdisciplinar do turismo com abordagens teóricas e práticas. Ressaltar as múltiplas visões do composto de lazer e turismo abrangendo uma gama de indivíduos, empresas, organizações e lugares que se combinam de alguma maneira para propiciar experiências ou satisfazer necessidades derivadas de visitas ou viagens. Considerar uma apresentação global do curso de lazer e turismo com envolvimento nos principais ramos científicos da psicologia, da antropologia, da ciência, da política, da economia, da sociologia, da geografia, da história, da ecologia, da agricultura, da cultura, de parques e recreação, do planejamento urbano e regional, do marketing, do direito, da



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

administração, do transporte, da hotelaria, da administração de hotéis e de restaurantes, da educação. Levar o aluno a refletir a respeito das diversas abordagens inovadoras no turismo, os empreendedores turísticos e na gestão de destinos turísticos.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2000

CUNHA, Licínio. **Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspectivas**. 1ª Ed. Lisboa: Lidel, 2017.

NASCIMENTO, Hermógenes Henrique Oliveira. **Turismo Pós-Moderno: Dilemas e perspectivas para uma gestão sustentável**. 1ª Ed. Novas Edições Acadêmicas, 2017.

COMPLEMENTAR:

PANOSSO NETO, Alexandre; GAETA, Cicília. **Turismo de Experiência**. São Paulo: SENAC, 2010.

SONAGLIO, Kerlei. **Turismo: Reflexões e desafios de um fenômeno contemporâneo**. São Paulo: Livrus, 2012.

STEFANI, Cláudia de; OLIVEIRA, Luana Cássia F. Mendes de. **Compreendendo o Turismo: Um panorama da atividade**. Curitiba: Intersaberes, 2015

TÓPICOS EM HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Compreender os conceitos básicos da organização política e econômica de diferentes países e de organismos internacionais. Compreender processos históricos variados, permitindo considerar as melhores formas de desenvolver roteiros turísticos. Identificar os principais fluxos migratórios e as dinâmicas políticas e econômicas de diferentes destinos turísticos. Identificar atrativos histórico-culturais de diferentes países e os bens materiais e imateriais utilizados na atividade turística. Propor roteiros culturais a partir dos aspectos históricos e/ou culturais.

EMENTA: Conceitos de História que habilitem a compreensão cultural, política e social contemporânea. Principais questões contemporâneas da história brasileira e mundial. Organização do Estado e formas de governo. Nacionalismos e conflitos. Disputas por territórios e recursos econômicos. Tecnologia e seus impactos sociais. A história na construção da memória e de identidades. Mapeamento dos acontecimentos marcantes da história em roteiros turísticos. Recursos históricos como atrativo turístico.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

MENESES, José Newton Coelho. **História & turismo cultural**. São Paulo: Autêntica, 2004.

MORAES, Luís Edmundo. **História contemporânea: da Revolução Francesa à Primeira Guerra Mundial**. São Paulo: Contexto, 2017.

SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de conceitos históricos**. São Paulo: Contexto, 2014.

COMPLEMENTAR:

FICO, Carlos. **História do Brasil contemporâneo**. São Paulo: Contexto, 2015.

TRIGO, Luís Gonzaga Godoi. **A viagem: caminho e experiência**. São Paulo: Aleph, 2013.

TULCHIN, Joseph S. **América Latina X Estados Unidos: uma relação turbulenta**. São Paulo: Contexto, 2016. VISENTINI, Paulo Fagundes; RIBEIRO, Luiz Dario Teixeira; PEREIRA, Analucia Danilevicz. **História da África e dos africanos**. São Paulo: Vozes, 2014.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

ECONOMIA APLICADA AO TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Determinar as variáveis econômicas que afetam a macroeconomia e microeconomia e seus efeitos sobre a contabilidade nacional e o mercado internacional.

Avaliar a formação de preços do mercado turístico através das estruturas de mercado, custos, sazonalidade e elasticidade-preço da demanda. Relacionar a atividade turística como processo indutor de desenvolvimento socioeconômico.

EMENTA: A evolução do capitalismo e suas consequências. Conceitos básicos de economia. Sazonalidade, estrutura de custos e de mercado na formação de preços. Problemas econômicos fundamentais, as relações de oferta e demanda dentro do turismo. Impactos econômicos do turismo, positivos e negativos. Efeito multiplicador do turismo, balanço de pagamento, câmbio, política monetária, inflação. O papel do turismo no crescimento e desenvolvimento socioeconômico.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

LAGE, B. Milone. P.C. **Economia do turismo**, São Paulo: Atlas, 2001

RABAHY, Wilson. **Turismo e desenvolvimento**. Barueri: Manole, 2003.

PINHO, D. B; Vasconcellos, A.A.; Toneto Jr, R. (orgs). **Manual de economia**. Saraiva, SP, 2013.

COMPLEMENTAR

BRUE, Stanley L. **História do pensamento econômico**. São Paulo: Thomson, 2006.

VASCONCELLOS, M.A.S e CARVALHO, L. C. P. **Introdução à economia do Turismo**, São Paulo: Saraiva, 2006.

VASCONCELLOS, M A S; GARCIA, M E. **Fundamentos de Economia**. Saraiva, 2008.

GIAMBIAGI, Fábio, Porto, Cláudio. **Propostas para o governo 2015/2018**. Campus: RJ, 2014.

GEOGRAFIA APLICADA AO TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Identificar as condições de análise do Turismo, através do prisma geográfico. Entender a relação entre o espaço geográfico e a atividade econômica turística e intervenções nos ambientes naturais. Relacionar as características dos países da América do Sul, considerando os aspectos físicos, econômicos e políticos. Identificar as possibilidades para o desenvolvimento da atividade turística nos diferentes ambientes naturais como atrativos. Utilizar as técnicas de Geoprocessamentos e Sensoriamento em ambiente SIG para identificar os atrativos turísticos e a sua gestão com instrumentos como: GPS, Imagens de Satélites e Drones.

EMENTA: Aspectos Geográficos do Turismo; Relações entre Turismo, espaço Geográfico e Território. Análise Integrada da Paisagem. Estâncias Turísticas. SIG – Sistema de Informação Geográfica Aplicada ao Turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

GUERRA, Antônio José Teixeira; ARANHA, Raphael de Carvalho. **Geografia Aplicada ao Turismo**. 1ª Edição. São Paulo. Oficina de Textos. 2014.

SILVEIRA, Marcos Aurélio Tarlombani. **Geografia Aplicada ao Turismo: fundamentos teórico-práticos**. 1ª Edição, InterSaberes. 2014.

VENTURI, LUIS ANTÔNIO BITTAR (Org). **Geografia – Práticas de Campo, Laboratório e Sala de Aula**. 1ª Edição, Sarandi. 2016.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

COMPLEMENTAR:

FITZ, Paulo Roberto. **Geoprocessamento sem Complicação**. 1ª Edição. Oficina de Textos. 2008.

NOVO, Evelyn M. L. de Moraes. **Sensoriamento Remoto: Princípios e Aplicações: Princípios e Aplicações**. 4ª Edição. Blucher. 2010.

TULER, Marcelo; SARAIVA, Sérgio. **Fundamentos de Geodesia e Cartografia**. 1ª Edição. Bookman. 2015.

FUNDAMENTOS DA HOSPITALIDADE

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Identificar os conceitos e aspectos históricos da Hospitalidade. Identificar Dimensões da Hospitalidade. Estabelecer as relações entre a Hospitalidade e o Turismo. Identificar os ciclos migratórios e as formas de acolhimento.

EMENTA: Fundamentos e conceitos de hospitalidade. Aspectos psicossociais da hospitalidade. Tipologia da hospitalidade. Hospitalidade no Brasil. Relações da hospitalidade com o turismo. A hospitalidade dentro do paradigma da dádiva e como atributo. Hospitalidade doméstica, urbana, comercial e virtual. As leis da hospitalidade. Hospitalidade como fato social, como ética e como rito. O anfitrião e o hóspede. O visitante e o visitado, o estatuto da domesticidade. A hostilidade. A recepção, a hospedagem, a alimentação e o entretenimento do hóspede. A gorjeta.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

CHON, Kye Sung. SAPAROWE, Raymond. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. Rio de Janeiro: Senac, 2014.

VIDOVIX, Silvia. **A Hospitalidade do Serviço**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2014.

CAMARGO, Luis Otávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2013.

COMPLEMENTAR:

MONTANDON, A. **O livro da hospitalidade**. São Paulo: Senac, 2011.

BRUSADIN, Leandro Benedini. **Hospitalidade e Dádiva: A alma dos lugares e a cultura do acolhimento**. Curitiba: Prismas, 2017.

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO I

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVO: Levar o aluno a se expressar com correção, clareza e objetividade, ao falar ou ao escrever. Capacitar o aluno a organizar ideias de modo a conseguir uma comunicação eficaz. Levar o aluno a detectar falhas na comunicação. Capacitar o aluno a estabelecer comunicação eficaz pela correção de suas falhas. Possibilitar a reflexão crítica sobre os usos da linguagem verbal pelos meios de comunicação.

EMENTA: Comunicação verbal. Linguagem como expressão do pensamento e do conhecimento. Sistema, norma e fala. Fundamentos da gramática da norma padrão. Variação e adequação linguísticas. Eficácia na comunicação oral e escrita: clareza, concisão, precisão e adequação vocabular, coesão e coerência. Gêneros textuais e o mundo do trabalho. Texto dissertativo, informativo e argumentativo. Linguagem e cientificidade.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e escrever: estratégias de produção textual**. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2017.

Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

MEDEIROS, João Bosco; TOMASI, Carolina. **Como escrever textos: gêneros e sequências textuais**. São Paulo:Atlas, 2017.

TERRA, Ernani. **Práticas de leitura e escrita**. São Paulo: Saraiva, 2019.

COMPLEMENTAR:

CASTILHO, Ataliba T. **Gramática do português brasileiro**. São Paulo: Contexto/FAPESP, 2010.

CUNHA, Celso & CINTRA, Lindley. **Nova Gramática do Português Contemporâneo**. São Paulo: Lexikon, 2009.

DISCINI, Norma. Comunicação nos textos. **Leitura, produção, exercícios**. São Paulo: Contexto, 2007.

FIORIN, José L. & SAVIOLI, Francisco P. **Para entender o texto: leitura e redação**. São Paulo: Ática, 2008.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna**. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

INGLÊS I

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Propiciar estratégias eficientes para que o aluno esteja apto a compreender e produzir textos orais e escritos em língua inglesa.

EMENTA: Desenvolvimento das competências oral, escrita e de leitura em língua inglesa.

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA:

WALKER, Robin; HARDING, Keith. **Oxford English for Careers: Tourism 1**. Oxford University Press, 2016.

COMPLEMENTAR:

Longman Dictionary of Contemporary English. 6ª ed. Pearson Education, 2015.

DUBICKA, I & O'KEEFFE, M. **English for International Tourism**. Longman, 2003.

MURPHY, Raymond. **Essential Grammar in Use**. 4ª ed. Cambridge University Press, 2015.

REFERÊNCIA:

LONGMAN. **Longman Dictionary of Contemporary English Online**. Disponível em: <<http://www.ldoceonline.com>>. Acesso em: 07 jul. 2019.

MURPHY, Raymond. **English Grammar in Use**. 4ª ed. Cambridge University Press, 2016.

ESPAANHOL I

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Interagir – utilizando estruturas básicas da língua-meta – em espaços profissionais e pessoais; perguntar e responder sobre si mesmo e sobre a vida cotidiana; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas, bem como aproximá-lo de várias culturas; utilizar a língua estrangeira em situações básicas de comunicação.

EMENTA: Estudo das estruturas linguísticas através das habilidades lógicas, fonológicas e sintáticas. Desenvolvimento da competência comunicativa em nível básico, atendendo as especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Práticas de leitura e compreensão de textos específicos da área de atuação do profissional.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

FANJUL, Adrián (org). **Gramática y Práctica de Español para brasileños**. São Paulo: Moderna/Santillana, 2008, 287p.

SANTILLANA. **Dicionário para estudantes**: Espanhol Português/ Português-Espanhol com CD-ROM. São Paulo: Moderna/ Santillana, 2003.

VARELA, Raquel & GODED, Margarita. **Bienvenidos Nivel 1 - Español para Profesionales**: Turismo y Hostelería. Santiago Burgos: EnClave, 2016, 159p.

PROJETO INTEGRADOR I

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Contextualizar historicamente as atividades ligadas ao turismo. Relacionar conteúdos interdisciplinares. Desenvolver conhecimentos básicos de pesquisa aplicados ao turismo.

EMENTA: Turismo e contextos históricos. Turismo e geografia. Turismo e economia. Atrativos. Planejamento, desenvolvimento de projetos baseados em problemas. Identificação, mapeamento, avaliação e hierarquização de atrativos turísticos naturais e culturais de um destino turístico. Organização de pesquisa.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

SANTOS, Glauber E. de Oliveira; KADOTA, Décio K. **Economia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2012.

SONAGLIO, Kerlei. **Turismo: Reflexões e desafios de um fenômeno contemporâneo**. São Paulo: Livrus, 2012.

COMPLEMENTAR:

DENCKER, Ada de Freitas M. **Pesquisa em Turismo**: planejamento, métodos e técnicas. 9ª ed. São Paulo: futura, 1998.

PIRES, Mário Jorge. **Raízes do turismo no Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Manole, 2002.

SEGUNDO SEMESTRE

SIGLAS	RELAÇÃO DE DISCIPLINAS	ATIVIDADES			
		Aulas SEMESTRAIS	CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL		
			Tipo de atividade curricular		
			Teoria	Prática	Total
SGT-033	Operação e Agenciamento de Viagens	4	40	40	80
SGT-034	Patrimônio Cultural e Turismo	4	80		80
POR-037	Comunicação e Expressão II	2	40		40
SOC-001	Sociologia do Lazer e do Turismo	4	40	40	80
PMG-102	Marketing, Promoção e Comercialização do Destino Turístico	4	80		80
ING-112	Inglês II	2	40		40
ESP-042	Espanhol II	2	40		40
SGT-202	Projeto Integrador II	2	40		40
Total do semestre: 480					

OPERAÇÃO E AGENCIAMENTO DE VIAGENS

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula (40 teóricas e 40 práticas)



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

OBJETIVOS: Identificar a legislação pertinente aos diferentes setores e serviços turísticos. Utilizar o vocabulário técnico dos organismos de Turismo. Identificar aspectos específicos das agências de viagem e turismo, segmentações e demais funções. Identificar o perfil dos profissionais da área de agenciamento. Elaborar produtos turísticos. Cotizar serviços e fornecedores.

EMENTA: As Agências de Turismo e sua evolução no Brasil e no mundo. Conceitos, classificação e legislação aplicada ao mercado brasileiro. Modelos de Estrutura Organizacional. Principais fornecedores de produtos e serviços para as Agências de Turismo. Elaboração de Roteiros turísticos. Tendências e perspectivas do mercado para os segmentos de Agências de Turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

PAZINI, Raquel. Agências de Turismo: operacionalização e comercialização de produtos e serviços turísticos. Curitiba: Intersaberes, 2014.

SERPA, Esmeralda Macedo; CAMPOS, Fernando Henrique; SAVIOLI, Valência Ferez da Silva. Viagens Técnicas: planejamento e formação de preços. São Paulo: Érica, 2017

STEFANI, Claudia de. Elaboração de Roteiros Turísticos: do planejamento à precificação de viagens. Curitiba: Intersaberes: 2014.

COMPLEMENTAR

MARTINS Gevaerd, Vivianne. MURAD JR, Eduardo. Viagens Corporativas. São Paulo: Aleph, 2010

CANDIOTO, Marcela Ferraz. Agências de Turismo no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 2012

Obs.: Recomenda-se a utilização do laboratório de informática para as aulas práticas deste componente curricular.

PATRIMÔNIO CULTURAL E TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Refletir sobre a atuação do profissional de Gestão do Turismo diante da interpretação do patrimônio cultural e histórico dos povos, destacando as comunidades tradicionais brasileiras. Desenvolver o conceito de patrimônio cultural e conhecer as legislações associadas, bem como os órgãos de preservação do patrimônio cultural, apresentando a história não só como os fatos em si, mas como uma interpretação e construção a respeito destes fatos. Problematicar o sentido de memória e os critérios pelos quais se determina um patrimônio. Analisar e discutir acervos de museus e espaços culturais como forma de enfatizar aspectos histórico-culturais do Brasil dentro do contexto sociocultural de cada época. Discutir e analisar projetos que visem o aproveitamento turístico da história e do patrimônio cultural tanto como atividade econômica quanto como ferramenta para a preservação.

EMENTA: Turismo e Patrimônio. Este componente visa introduzir e problematizar aspectos conceituais e factuais da história que levam a constituição dos patrimônios culturais. Analisa as relações entre a construção da memória e a identificação de patrimônios culturais. Aborda a legislação e os processos de tombamento e reconhecimento do patrimônio cultural

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BENHAMOU, Françoise. Economia do patrimônio cultural. São Paulo: Edições Sesc São Paulo, 2016.



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

DIAS, Reinaldo. Turismo e patrimônio cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo:

Saraiva, 2006.

IPHAN. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/>>.

COMPLEMENTAR

CASTRO, Celso; GUIMARÃES, Valeria Lima; MAGALHÃES, Aline Montenegro. História do turismo no Brasil. Rio de Janeiro: FGV, 2013.

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, Sandra C. A. Patrimônio histórico e cultural. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

POULOT, Dominique. Uma história do patrimônio no Ocidente, séculos XVIII a XXI: do monumento aos valores. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

REFERÊNCIA:

CASTRIOTTA, Leonardo Barci. Patrimônio cultural: conceitos, políticas, instrumentos. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte: IEDS, 2009.

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, S. O Que É Patrimônio Cultural. São Paulo: Brasiliense, 2008.

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO II

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVO: Levar o aluno a se expressar com correção, clareza e objetividade, ao falar ou ao escrever. Capacitar o aluno a organizar ideias de modo a conseguir uma comunicação eficaz. Levar o aluno a detectar falhas na comunicação. Capacitar o aluno a estabelecer comunicação eficaz pela correção de suas falhas. Possibilitar a reflexão crítica sobre os usos da linguagem verbal pelos meios de comunicação.

EMENTA: Comunicação verbal. Linguagem como expressão do pensamento e do conhecimento. Sistema, norma e fala. Fundamentos da gramática da norma padrão. Variação e adequação linguísticas. Eficácia na comunicação oral e escrita: clareza, concisão, precisão e adequação vocabular, coesão e coerência. Gêneros textuais e o mundo do

trabalho. Texto dissertativo, informativo e argumentativo. Linguagem e cientificidade.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. Ler e escrever: estratégias de produção textual. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2017.

MEDEIROS, João Bosco; TOMASI, Carolina. Como escrever textos: gêneros e sequências textuais. São Paulo: Atlas, 2017.

TERRA, Ernani. Práticas de leitura e escrita. São Paulo: Saraiva, 2019.

COMPLEMENTAR:

CASTILHO, Ataliba T. **Gramática do português brasileiro**. São Paulo: Contexto/FAPESP, 2010.

CUNHA, Celso & CINTRA, Lindley. Nova Gramática do Português Contemporâneo. São Paulo: Lexikon, 2009.

DISCINI, Norma. Comunicação nos textos. Leitura, produção, exercícios. São Paulo: Contexto, 2007.

FIORIN, José L. & SAVIOLI, Francisco P. Para entender o texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2008.

GARCIA, Othon M. Comunicação em prosa moderna. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

SOCIOLOGIA DO LAZER E DO TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula (40 teóricas e 40 práticas)

OBJETIVOS: Identificar as diversas visões e interpretações sobre o turismo, bem como suas articulações com o lazer. Identificar os principais efeitos do turismo no âmbito humano e social, bem como, construir análises favoráveis a elaboração de ações capazes de atenuar os possíveis efeitos nocivos do turismo.

EMENTA: A sociologia é estudada como uma disciplina capaz de fornecer instrumentos e construir questionamentos para analisar e compreender a sociedade empregando diferentes teorias, métodos e visões de mundo manifestadas nos estudos das ciências da sociedade. Estuda o turismo, os conflitos, as contradições, as mediações, as ações etc. que caracterizam/modificam a prática e a promoção do turismo no âmbito da vida humana, estabelecendo assim, a possibilidade de discutir o turismo em sua ocorrência espaço-temporal, como produto/produtor da sociedade em que vivemos.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

DIAS, Reinaldo. Sociologia do turismo. São Paulo: Atlas, 2001.

GIDDENS, Anthony. Sociologia. 6. ed. Lisboa: Calouste Gulbenkian, 2011.

PRONOVOST, Gilles. Introdução à sociologia do lazer. São Paulo: Senac - São Paulo, 2011.

COMPLEMENTAR

BRUHNS, Heloisa Turini (org.). Lazer e ciências sociais: diálogos pertinentes. São Paulo: Chronos, 2002.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. O que é lazer. São Paulo: Brasiliense, 1986.

URRY, John. O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 2001.

MARKETING, PROMOÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO DESTINO TURÍSTICO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Identificar alterações no ambiente de negócios de empresas e destinos turísticos. Implementar as adaptações na oferta de serviços turísticos referentes às alterações mercadológicas identificadas. Pesquisar e analisar alterações no comportamento do consumidor de serviços turísticos. Adotar as estratégias adequadas de desenvolvimento de produto, distribuição, preço e promoção para empresas e destinos turísticos. Planejar as ações para o adequado posicionamento de mercado e formação de marca de empresas e destinos turísticos.

EMENTA: Conceitos, princípios e tendências sobre o planejamento mercadológico aplicados à atividade turística. Análise do ambiente de marketing, da concorrência e do comportamento do consumidor. Análise dos fatores de atratividade do produto turístico. Identificação das opções estratégicas do composto de marketing com relação a produto, preço, distribuição e promoção. Estratégia de comunicação, tipologia de campanhas, criação publicitária, canais e veículos de comunicação e escolha de instrumentos promocionais

BÁSICA:

CHIAS, Josep. Turismo o negócio da felicidade. Desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Senac-SP, 2006.

KOTLER, Philip et all. Marketing de lugares. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. Administração de marketing. São Paulo: Pearson, 2016.

MORRISON, Alastair. Marketing de hospitalidade e turismo. São Paulo: Cengage Learning, 2012.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

COMPLEMENTAR

DIAS, Reinaldo e CASSAR, Maurício. Fundamentos do marketing turístico. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

PEREIRA, Marcos. Marketing de cidades turísticas. São Paulo: Chronos, 2001.

VIGNATI, Federico. Gestão de destinos turísticos. Rio de Janeiro: Senac, 2008.

INGLÊS II

AULAS SEMESTRAIS: 40 aulas

OBJETIVOS: Propiciar estratégias eficientes para que o aluno esteja apto a compreender e produzir textos orais e escritos em língua inglesa.

EMENTA: Desenvolvimento das competências oral, escrita e de leitura em língua inglesa.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

DUBICKA, I. & O'KEEFFE, M. English for International Tourism. Longman. 2006

COMPLEMENTAR

Longman Dictionary of Contemporary English. 6ª ed. Pearson Education, 2015.

LONGMAN. Longman Dictionary of Contemporary English Online. Disponível em: <<http://www.ldoceonline.com>>. Acesso em: 07 jul. 2019.

REFERÊNCIA:

MURPHY, Raymond. English Grammar in Use. 4ª ed. Cambridge University Press, 2016.

ESPAANHOL II

AULAS SEMESTRAIS: 40 aulas.

OBJETIVOS: Interagir - de forma simples e breve - com as pessoas em situações cotidianas do ambiente de trabalho; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas. Comentar sobre temas dos âmbitos profissional e pessoal.

EMENTA: Estudo das estruturas linguísticas através das habilidades lógicas, fonológicas e sintáticas. Desenvolvimento da competência comunicativa em nível básico, atendendo as especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Práticas de leitura e compreensão de textos específicos da área de atuação do profissional.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

FANJUL, Adrián (org). Gramática y Práctica de Español para brasileños. São Paulo: Moderna/Santillana, 2008, 287p.

SANTILLANA: Dicionário para estudantes: Espanhol Português/ Português-Espanhol com CD-ROM. São Paulo: Moderna/ Santillana, 2003.

VARELA, Raquel & GODED, Margarita. Bienvenidos Nivel 1 - Español para Profesionales: Turismo y Hostelería. Santiago Burgos: EnClave, 2016, 159p.

PROJETO INTEGRADOR II

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Pesquisar e identificar as especificidades do turismo realizado em um determinado espaço da cidade de São Paulo, com especial atenção as possíveis práticas de agenciamento de viagens e de promoção e comercialização correlatas ao espaço, as formas de uso e envolvimento do patrimônio histórico-cultural. Analisar as transformações ocorridas ao longo do desenvolvimento das atividades no espaço



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

escolhido, bem como, os efeitos positivos e negativos da promoção do turismo no espaço escolhido.

EMENTA: Os distintos tipos de pesquisa de campo empregados no turismo e o processo de levantamento e análise de dados *in loco*. Turismo local e a atuação dos diferentes agentes do turismo. Reconhecimento de fatores interferentes no desenvolvimento do turismo e seleção de objetos de análise para composição de pesquisas na área de turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

DENCKER, A. de F. M. Pesquisa em Turismo. Planejamento, Métodos e Técnicas. 9 ed. Rev. e Ampl. São Paulo: Futura, 2007.

DESLANDES, S. F. A construção do projeto de pesquisa. In: MINAYO, M. C. de S. et. al. (org.) Pesquisa social: teoria, método e criatividade. 2 ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

ARCHER, Brian; COOPER, Chris. Os impactos positivos e negativos do turismo. IN: THEOBALD, William (Org.). Turismo global. 2 ed. São Paulo: SENAC, 2002, p. 95-102.

COMPLEMENTAR

RODRIGUES, Adyr Aparecida Balastrieri. Desafios para os estudiosos do turismo. IN: RODRIGUES, Adyr Aparecida Balastrieri (org.). Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais. 3 ed. São Paulo: Hucitec, 1995, pp. 17-32.

BENI, M. C. Análise estrutural do Turismo. São Paulo: São Paulo: SENAC, 1998.

COOPER, C. Turismo, princípios e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.

TERCEIRO SEMESTRE

SIGLAS	RELAÇÃO DE DISCIPLINAS	ATIVIDADES			
		Aulas SEMESTRAIS	CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL		
			Tipo de atividade curricular		
			Teoria	Prática	Total
GEP-008	Relações Internacionais no Turismo	4	80		80
ADM-111	Administração	2	40		40
SGT-036	Meios de Hospedagem	4	80		80
GAT-002	Meio Ambiente e Sustentabilidade para o Turismo	4	80		80
SGT-035	Transportes no Turismo	2	40		40
POR-038	Comunicação e Expressão III	2	40		40
ING-113	Inglês III	2	40		40
ESP-043	Espanhol III	2	40		40
SGT-203	Projeto Integrador III	2	40		40
Total do semestre: 480					

RELAÇÕES INTERNACIONAIS NO TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Identificar as causas e consequências da formação da imagem dos países no exterior e como essa imagem influencia no mercado turístico. Reconhecer a importância da economia, sociedade e cultura dos países que pretendem ser destinos turísticos. Aplicar o conhecimento do turismo e das ciências econômicas às Relações Internacionais.



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

EMENTA: As Relações Internacionais e a economia. A globalização e as relações entre as nações e suas consequências no Turismo. As questões geopolíticas e o turismo. A Importância das relações diplomáticas. A imagem do Brasil no exterior. Diferenças culturais que o profissional de turismo precisa conhecer. Importância de uma identidade nacional. Relações comerciais.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BIGNAMI, Rosana. A Imagem do Brasil no Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.
BANDUCCI, Álvaro Jr. e BARRETO, Margarita. Turismo e Identidade local. São Paulo: Papirus. 2006.
BARRETO, Margarita. Turismo, políticas e relações internacionais. São Paulo: Papirus, 2003.

COMPLEMENTAR

BURNS, Peter M. Turismo e antropologia. São Paulo: Chronos, 2004.
MOLINA, Sérgio. O pós-turismo. São Paulo: Aleph. 2003.
LARAIA, Roque. Cultura. Um conceito antropológico. Rio de Janeiro: 2006.
MOISI, Dominique. A geopolítica das emoções. Elsevier: SP, 2009.

ADMINISTRAÇÃO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Identificar e entender o funcionamento dos conceitos básicos de administração nas empresas turísticas. Adotar as opções mais adequadas com relação ao planejamento estratégico de empresas turísticas. Planejar as opções mais adequadas com relação à estrutura organizacional, desenho departamental, estilo de direção e qualidade de serviços turísticos. Analisar o resultado apontado pelos indicadores de controle de qualidade, eficiência e eficácia organizacional dos principais segmentos do turismo.

EMENTA: Evolução do pensamento administrativo e principais escolas da administração. Conceitos, princípios e funções da administração aplicados à atividade turística. Gestão da qualidade no turismo, eficácia e eficiência organizacional. Fundamentos da administração por resultados e tendências administrativas das empresas que compõem os principais segmentos do turismo. Avaliação de oportunidades de negócios em turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

CHIAVENATO, I. Introdução à teoria geral da administração. São Paulo: Manole, 2014.
DIAS, Reinaldo e PIMENTA, Alzira (orgs.). Gestão de hotelaria e turismo. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
PEREIRA, Marcos. Administração básica para não administradores. São Paulo: Todas as Musas, 2016.

COMPLEMENTAR

CARLZON, Jan. A hora da verdade. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.
CERTO, Samuel C. Administração moderna. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.
DORNELAS, Jose Carlos Assis. Empreendedorismo – transformando ideias em negócios. São Paulo: Empreende, 2018.
ZACCARELLI, Sérgio B. Estratégia e sucesso nas empresas. São Paulo: Saraiva, 2000.

MEIOS DE HOSPEDAGEM

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

OBJETIVOS: Selecionar meios de hospedagem e serviços hoteleiros. Adequar serviços segundo as classificações hoteleiras. Desenvolver atividades hoteleiras cotidianas conforme a demanda do mercado e as necessidades dos clientes.

EMENTA: Evolução histórica dos meios de hospedagem. Conceitos, Terminologia técnica, Tipologia e Classificação dos meios de hospedagem. Mercado hoteleiro. Estrutura administrativa e organizacional. Caracterização das operações hoteleiras dos principais departamentos de um hotel – serviços, cargos e equipamentos. Tendências na hotelaria.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

CASTELLI, Geraldo. Gestão Hoteleira. São Paulo: Saraiva, 2016.

GUZELA, Guilherme. Gestão de meios de hospedagem. Curitiba: Intersaberes, 2014.

NETO, Osvaldo Julio. A hotelaria na visão de um gerente geral. São Paulo: Cia do Ebook, 2016

COMPLEMENTAR:

PETROCCHI, Mário. Hotelaria planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2002.

RODRIGUES, William F. Cases em Hotelaria: como superar os obstáculos no dia a dia de um hotel. Rio de Janeiro: Senac, 2016

MEIO AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE PARA O TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Identificar a relação da atividade turística com problemas e impactos ambientais. Definir técnicas de controle de visitantes em áreas naturais. Identificar os recursos naturais disponíveis em cada região para usufruir nas atividades turísticas.

EMENTA: A disciplina tem como objetivo principal introduzir o aluno na reflexão sobre as relações entre meio ambiente e o turismo, dentro de um processo permanente no qual os indivíduos tomam consciência do seu meio ambiente e adquirem conhecimentos relativos aos problemas ambientais, impactos ambientais, e a atuação do poder público. Estuda a paisagem como recurso turístico e sua utilização de forma sustentável.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

PHILIPPI Jr, A.; RUSCHMANN, DM. Gestão Ambiental e Sustentabilidade no Turismo. Barueri: Manole, 2010.

SOARES, C. Turismo e Integridade Ambiental. Rio de Janeiro: SENAC, 2011.

COMPLEMENTAR:

DIAS, R. Turismo Sustentável e Meio Ambiente. São Paulo: Atlas, 2003.

SWARBROOKE, J. Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental. São Paulo: Aleph, 2000.

TRANSPORTES NO TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Identificar os diferentes modais de transporte existentes e sua aplicabilidade no setor de turismo e eventos. Planejar a mobilidade turística e a intermodalidade

EMENTA: Apresentação e discussão do histórico, principais conceitos e características dos diferentes tipos de transportes. Avaliação das redes de transportes e a questão da Intermodalidade. Análise dos equipamentos e estruturas turísticas ligada aos transportes. Reflexão sobre as vantagens e desvantagens de cada modal: aéreo,



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

rodoviário, ferroviário, aquaviário. O transporte no planejamento turístico. Estudo das tendências dos transportes em turismo: cruzeiros marítimos, turismo espacial.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

FERRAZ, Joandre A. Obrigações e Contratos em Viagens e Turismo: Transporte aéreo-Meios de Hospedagem-Agências de turismo. São Paulo: Manole, 2005.

MONTEJANO, José. Estructura do mercado turístico. São Paulo: Roca, 2001.

PAGE, S.J. Transporte e Turismo. Porto Alegre: Bookman, 2001.

COMPLEMENTAR:

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

LOHMANN, Guilherme; FRAGA, Carla; CASTRO, Rafael. Transportes e Destinos Turísticos - Planejamento e Gestão. São Paulo: Campus, 2013.

RONÁ, Ronaldo di. Transportes no turismo. São Paulo: Manole, 2002.

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO III

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVO: Levar o aluno a se expressar com correção, clareza e objetividade, ao falar ou ao escrever. Capacitar o aluno a organizar ideias de modo a conseguir uma comunicação eficaz. Levar o aluno a detectar falhas na comunicação. Capacitar o aluno a estabelecer comunicação eficaz pela correção de suas falhas. Possibilitar a reflexão crítica sobre os usos da linguagem verbal pelos meios de comunicação.

EMENTA: Comunicação verbal. Linguagem como expressão do pensamento e do conhecimento. Sistema, norma e fala. Fundamentos da gramática da norma padrão. Variação e adequação linguísticas. Eficácia na comunicação oral e escrita: clareza, concisão, precisão e adequação vocabular, coesão e coerência. Gêneros textuais e o mundo do

trabalho. Texto dissertativo, informativo e argumentativo. Linguagem e cientificidade.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

FIORIN, J. L. Argumentação. São Paulo: Contexto, 2015

MEDEIROS, João Bosco; TOMASI, Carolina. Como escrever textos: gêneros e sequências textuais. São Paulo: Atlas, 2017.

TERRA, Ernani. Práticas de leitura e escrita. São Paulo: Saraiva, 2019.

COMPLEMENTAR:

CASTILHO, Ataliba T. Gramática do português brasileiro. São Paulo: Contexto/FAPESP, 2010.

CUNHA, Celso & CINTRA, Lindley. Nova Gramática do Português Contemporâneo. São Paulo: Lexikon, 2009.

DISCINI, Norma. Comunicação nos textos. Leitura, produção, exercícios. São Paulo: Contexto, 2007.

FIORIN, José L. & SAVIOLI, Francisco P. Para entender o texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2008.

GARCIA, Othon M. Comunicação em prosa moderna. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. Ler e escrever: estratégias de produção textual. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2017.

INGLÊS III

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

OBJETIVOS: Propiciar estratégias eficientes para que o aluno esteja apto a compreender e produzir textos orais e escritos em língua inglesa.

EMENTA: Desenvolvimento das competências oral, escrita e de leitura em língua inglesa.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

DUBICKA, I. & O'KEEFFE, M. English for International Tourism. Longman. 2006

COMPLEMENTAR:

Longman Dictionary of Contemporary English. 6ª ed. Pearson Education, 2015.

LONGMAN. Longman Dictionary of Contemporary English Online. Disponível em: <<http://www.ldoceonline.com>>. Acesso em: 07 jul. 2019.

REFERÊNCIA:

MURPHY, Raymond. English Grammar in Use. 4ª ed. Cambridge University Press, 2016.

ESPAÑHOL III

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Realizar tramitações simples em estabelecimentos comerciais; transmitir informações básicas sobre ações cotidianas; descrever – de forma breve – aspectos habituais do ambiente de trabalho; descrever situações passadas.

EMENTA: Estudo das estruturas linguísticas através das habilidades lógicas, fonológicas e sintáticas. Desenvolvimento da competência comunicativa em nível intermediário, atendendo as especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Práticas de leitura e compreensão de textos específicos da área de atuação do profissional.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

FANJUL, Adrián (org). Gramática y Práctica de Español para brasileños. São Paulo: Moderna/Santillana, 2008, 287p.

SANTILLANA: Dicionário para estudantes: Espanhol Português/ Português-Espanhol com CD-ROM. São Paulo: Moderna/ Santillana, 2003.

VARELA, Raquel & GODED, Margarita. Bienvenidos Nivel 1 - Español para Profesionales: Turismo y Hostelería. Santiago Burgos: EnClave, 2016, 159p.

PROJETO INTEGRADOR III:

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Compreender o uso das ferramentas de cálculo de capacidade de carga.

EMENTA: Em uma localidade real escolhida pelo aluno, aplicar as ferramentas de capacidade de carga.

BÁSICA:

CIFUENTES, M. Determinación de capacidade de carga turística em áreas protegidas. Turrialba: CATIE. Programa de Manejo Integrado de Recursos Naturales, 1992.

SOARES, C. Turismo e Integridade Ambiental. Rio de Janeiro: SENAC, 2011.

PHILIPPI Jr, A.; RUSCHMANN, DM. Gestão Ambiental e Sustentabilidade no Turismo. Barueri: Manole, 2010.

COMPLEMENTAR:

DIAS, R. Turismo Sustentável e Meio Ambiente. São Paulo: Atlas, 2003.

SWARBROOKE, J. Turismo Sustentável: Conceitos e Impacto Ambiental. São Paulo: Aleph, 2000.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação
QUARTO SEMESTRE

SIGLAS	RELAÇÃO DE DISCIPLINAS	ATIVIDADES			
		Aulas SEMESTRAIS	CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL		
			Tipo de atividade curricular		
			Teoria	Prática	Total
SGT-037	Gestão de Eventos	4	40	40	80
SGT-038	Gastronomia e Turismo	4	40	40	80
ITI-015	Tecnologia da Informação e da Comunicação	2	40		40
COM-023	Comunicação Multimodalidade em Turismo	2	40		40
EST-019	Estatística, métricas e indicadores de Turismo	2	40		40
SGT-039	Gestão de Pessoas em Empresas de Turismo	2	40		40
POR-039	Comunicação e Expressão IV	2	40		40
ING-114	Inglês IV	2	40		40
ESP-044	Espanhol IV	2	40		40
SGT-204	Projeto Integrador IV	2	40		40
Total do semestre: 480					

GESTÃO DE EVENTOS

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Identificar tipologia de Eventos; Pesquisar o mercado de eventos regional e nacional; Identificar os cargos e funções dos profissionais envolvidos no setor de eventos; Distinguir perfis de clientes de eventos; Planejar fases pré, trans e pós evento; Utilizar ferramentas de organização de eventos.

EMENTA: Mercado de eventos Conceituação, história, classificação e tipologia dos eventos. Cerimonial e Protocolo. Planejamento e elaboração de projetos de eventos. Fases e ferramentas da organização de eventos. Empresas organizadoras de eventos e espaço para eventos. Planejamento, logística e execução do evento do semestre. Segurança em eventos. Captação de recursos para eventos e leis de incentivo. Acompanhamento, fechamento e controle pós-execução.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

DORTA, Lurdes Oliveira. Fundamentos em Técnicas de Eventos. Porto Alegre: Bookman, 2015.

MATIAS, Marlene. Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas. Barueri: Manole, 2013.

HOYLE Jr., Leonard H. Marketing de eventos. Como promover com sucesso eventos, festivais, convenções e exposições. Tradução de Ailton Bomfim Brandão. São Paulo: Atlas, 2003

COMPLEMENTAR:

GIACAGLIA, Maria Cecília. Gestão Estratégica de Eventos. São Paulo: CENGAGE Learning, 2011.

MARTIN, Vanessa. Manual prático de Eventos. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. Estratégias para Eventos: uma ótica do Marketing e do Turismo. 2ª. ed. São Paulo: ALEPH, 2012.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

SALGADO, Paulo Regis. Protocolo, Cerimonial e Etiqueta em Eventos: uma prática ao alcance de todos. São Paulo: Paulus, 2010.

GASTRONOMIA E TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Identificar os principais ingredientes e a evolução histórica da gastronomia mundial e brasileira. Identificar e tipos de empreendimentos de estabelecimentos gastronômicos. Desenvolver estudos e propostas de serviços e projetos em gastronomia.

EMENTA: A evolução da Gastronomia - origem e histórico dos alimentos. Conceituação e tipologia. A gastronomia no mundo de hoje e o fenômeno da globalização. Gastronomia e estilo de vida. Ritos e rituais de mesa. Festas e Festivais. Estudos da oferta gastronômica regional. Calendário de Eventos Gastronômicos. Organização de serviços de sala, bar e cozinha em estabelecimentos de alimentos e bebidas. Noções de legislação, segurança alimentar, boas práticas. Tendências gastronômicas.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

FLADRIN, Jean Louis e MONTANARI, Massimo. História da Alimentação. 8ª Ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015.

KINDERSLEY, Dorling. As Viagens Gastronômicas Mais Fantásticas do Mundo. São Paulo: Publifolha, 2013.

SLOAN, Donald. Gastronomia, Restaurantes e Comportamento do Consumidor. São Paulo: Manole, 2005

COMPLEMENTAR

FERNANDES, Caloca. Viagem gastronômica através do Brasil. São Paulo: Senac, 2000.

FREUND, Francisco Tommy. Alimentos e bebidas: uma visão gerencial. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2005

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Identificar os sistemas de informação existentes e os impactos positivos e negativos do uso de tecnologia na área de Gestão de Turismo. Discernir os negócios eletrônicos para auxiliar na tomada de decisão sob a implantação de novos modelos de negócios eletrônicos. Relacionar os dados abertos para propor soluções na área de Gestão de Turismo.

EMENTA: Permitir aos estudantes a aquisição e/ou produção de conhecimentos necessários para o desenvolvimento de atividades exigidas nas organizações onde atuarão, com enfoque na identificação e aplicação efetiva das tecnologias da informação e da comunicação, servindo como apoio aos ambientes organizacionais

BÁSICA:

PINOCHET, Luis Hernan Contreras. Tecnologia da Informação e Comunicação. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 2014.

RAMOS, Anália Saraiva Martins. Sistemas e Tecnologia da Informação no Turismo. Um Enfoque Gerencial. São Paulo: Prisma, 2017.

TURBAN, Efrain; VOLONINO, Linda. Tecnologia da Informação para Gestão: em busca do melhor desempenho estratégico e operacional. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013

COMPLEMENTAR



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

SANTAELLA, Lucia. Cidades Inteligentes. Por que, para quem? Editora: Estação das Letras e Cores: 2016.

STAIR, Ralph M.; REYNOLDS, George W. Princípios de sistemas de Informação. Cengage do Brasil, 2011.

Obs.: Recomenda-se a utilização do laboratório de informática para as aulas práticas deste componente curricular.

COMUNICAÇÃO MULTIMODALIDADE EM TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Refletir sobre os novos paradigmas da construção do conhecimento científico em função dos avanços tecnológicos na sociedade globalizada. Reconhecer os diferentes gêneros textuais que circulam no campo do turismo. Aprimorar a habilidade de observação e de análise das práticas sociais e das estruturas sociais e institucionais do campo de atuação profissional da área do turismo.

EMENTA: A estrutura da sociedade globalizada e tecnológica, a configuração da sociedade em rede. A reconfiguração das práticas sociais, por meio dos avanços científicos, tecnológicos e da nova configuração das relações sociais e institucionais na área do turismo. Mídias tradicionais e Mídias Sociais. Relação entre gêneros textuais e as práticas sociais: adequação da produção textual, processos de interação, práticas sociais e práticas textuais no campo do turismo. Gêneros multimodais que circulam nos diversos gêneros discursivos (blogs, facebook e outros). Produção de textos multimodais em diversos suportes midiáticos com base nas práticas sociais que contemplem a área do turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BAUMAN, Z. A Cultura no mundo líquido moderno. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2013.

CASTELLS, M. Redes de Indignação e Esperança. Rio de Janeiro, Zahar, 2013.

ORMUNDO, J. & WETTER, W. Práticas de Linguagem na Globalização: Introdução à análise de discurso crítica em uma perspectiva transdisciplinar. São Paulo: Editora Patuá, 2013.

COMPLEMENTAR:

ASSAD, N.A & PASSADORI, R. Media Training: como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade. São Paulo: Editora Gente, 2009.

BARBOSA, Alexandre de Freitas. O mundo globalizado. 5ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.

ZUFFO, João Antonio. A sociedade e a economia no novo milênio: os empregos e as empresas no turbulento alvorecer do século XXI. Barueri: Manole, 2011.

REFERÊNCIA:

BAUMAN, Z.& LYON, D. Vigilância líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2013.

BAUMAN, Z. A Riqueza de Poucos Beneficia Todos Nós. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

BAUMANN, Zygmunt. A ética é possível num mundo de consumidores?. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

CARVALHO, F. F. A representação da identidade nacional em publicidades turísticas brasileiras: um estudo de caso sob a perspectiva da multimodalidade. In.: Temas Contemporâneos em Semiótica Visual. Brasília: CEPADIC, 2013. 93p. disponível em: [http:// cepadic.com/pdf/tcesv.pdf](http://cepadic.com/pdf/tcesv.pdf). MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA. Reconhecimento é a chave para os museus exercerem seu papel social. Disponível em: http://www.museulinguaportuguesa.org.br/noticias_interna.php?id_noticia=156.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Acesso em: 28 fev. 2013. SANTAELLA, Lucia. Linguagens líquidas na era da mobilidade. São Paulo: Paulus, 2007. SANTAELLA, L. Culturas e a artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. 4º ed. São Paulo: Paulus, 2010.

ESTATÍSTICA, MÉTRICAS E INDICADORES NO TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Identificar os tipos de apresentação de dados. Aplicar dados na construção de tabelas discretas ou contínuas, construir tabela de frequência. Ler e interpretar uma tabela de frequência. Utilizar um conjunto de dados para mensurar as medidas de tendência central, as medidas de dispersão e as separatrizes. Identificar e aplicar o conceito em dados em artigos e em documentação técnico-administrativos relacionados à área de Tecnologia de Gestão de Turismo. Aplicar essas medidas em dados aplicados à área de atuação. Selecionar e utilizar conjuntos de informação para desenvolver o conceito de espaço amostral e amostra, com o intuito de determinar a probabilidade de certo evento. Aplicar conhecimentos e regras da probabilidade com o intuito de desenvolver cálculos probabilísticos para área de Tecnologia em Gestão de Turismo, e desenvolver a base para o trabalho de funções de probabilidade. Aplicar a conjuntos de dados o conceito de correlação com o intuito de determinar a regressão linear envolvida em dados que a proporcionam. Interpolar dados quando obtemos a curva que melhor o representa.

EMENTA: Conceitos estatísticos. Gráficos e tabelas. Distribuição de frequência. Medidas de posição. Medidas de dispersão. Probabilidade. Indicadores utilizados no turismo

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BARBOSA, Dalva Regina Ribeiro. Estatística Aplicada ao Turismo e Hotelaria. São Paulo: Cengage, 2018.

LEVINE, D.M. et al. Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel. 7 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

MARTINS, G. A. Estatística geral e aplicada. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2017

COMPLEMENTAR

BRUNI, A. L. Estatística Aplicada à Gestão Empresarial. São Paulo: Atlas, 2008

LEVINE, D. M.; et al. Estatística – Teoria e Aplicações usando o Microsoft Excel. Rio de Janeiro: LTC, 2008

GESTÃO DE PESSOAS EM EMPRESAS DE TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Organizar programas de recrutamento e seleção. Realizar treinamentos para o desenvolvimento dos recursos humanos.

EMENTA: Conceitos, clima e cultura organizacional. Integração entre indivíduo e empresa. Políticas, objetivos e administração de pessoas. Gestão de pessoas no turismo. Gestão de equipes. Conflitos interpessoais. Tipos de lideranças. Gestão de Talentos. *Job Design*.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

CHIAVENATO, Idalberto. Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos. São Paulo: Manole, 2009.



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos: O Capital Humano nas Organizações. 8ª edição, São Paulo, Atlas. 2004

Pearson Education do Brasil. Administração de Recursos Humanos. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010

COMPLEMENTAR:

CORTELLA, Mario S. Qual é a tua obra? Inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética. São Paulo: Ed. Vozes, 2012.

PIMENTA, Maria A. Gestão de Pessoas em Turismo: comunicação, qualidade e sustentabilidade. 3ª edição. Campinas: Editora Alínea, 2013.

o: Paulus, 2010.

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO IV

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Levar o aluno a se expressar com correção, clareza e objetividade, ao falar ou ao escrever. Capacitar o aluno a organizar ideias de modo a conseguir uma comunicação eficaz. Levar o aluno a detectar falhas na comunicação. Capacitar o aluno a estabelecer comunicação eficaz pela correção de suas falhas. Possibilitar a reflexão crítica sobre os usos da linguagem verbal pelos meios de comunicação.

EMENTA: Comunicação verbal. Linguagem como expressão do pensamento e do conhecimento. Sistema, norma e fala. Fundamentos da gramática da norma padrão. Variação e adequação linguísticas. Eficácia na comunicação oral e escrita: clareza, concisão, precisão e adequação vocabular, coesão e coerência. Gêneros textuais e o mundo do

trabalho. Texto dissertativo, informativo e argumentativo. Linguagem e cientificidade.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

FIORIN, J. L. **Argumentação**. São Paulo: Contexto, 2015

MEDEIROS, João Bosco; TOMASI, Carolina. Como escrever textos: gêneros e sequências textuais. São Paulo: Atlas, 2017.

TERRA, Ernani. Práticas de leitura e escrita. São Paulo: Saraiva, 2019.

COMPLEMENTAR:

CASTILHO, Ataliba T. Gramática do português brasileiro. São Paulo: Contexto/FAPESP, 2010.

CUNHA, Celso & CINTRA, Lindley. Nova Gramática do Português Contemporâneo. São Paulo: Lexikon, 2009.

DISCINI, Norma. Comunicação nos textos. Leitura, produção, exercícios. São Paulo: Contexto, 2007.

FIORIN, José L. & SAVIOLI, Francisco P. Para entender o texto: leitura e redação. São Paulo: Ática, 2008.

GARCIA, Othon M. Comunicação em prosa moderna. Rio de Janeiro: FGV, 2008.

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. Ler e escrever: estratégias de produção textual. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2017.

INGLÊS IV

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Propiciar estratégias eficientes para que o aluno esteja apto a compreender e produzir textos orais e escritos em língua inglesa.

EMENTA: Desenvolvimento das competências oral, escrita e de leitura em língua inglesa.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

DUBICKA, I. & O'KEEFFE, M. English for International Tourism. Longman. 2006

COMPLEMENTAR:

Longman Dictionary of Contemporary English. 6ª ed. Pearson Education, 2015.

LONGMAN. Longman Dictionary of Contemporary English Online. Disponível em: <<http://www.ldoceonline.com>>. Acesso em: 07 jul. 2019.

REFERÊNCIA:

MURPHY, Raymond. English Grammar in Use. 4ª ed. Cambridge University Press, 2016.

DUCKWORTH, Michael. Essential Business Grammar & Practice - English level: Elementary to Pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

RICHARDS, Jack C. New Interchange: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

ESPAÑHOL IV

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Interagir - de forma mais ativa - com as pessoas; realizar tramitações em estabelecimentos comerciais; intercambiar ideias e informações sobre temas habituais do ambiente de trabalho.

EMENTA: Aprimoramento da competência comunicativa em nível intermediário, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos sócio culturais da língua espanhola. Capacidade de compreender e expressar-se de forma mais complexa em uma negociação. Práticas de leitura e produção de textos descritivos.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

FANJUL, Adrián (org). Gramática y Práctica de Español para brasileños. São Paulo: Moderna/Santillana, 2008, 287p.

SANTILLANA: Dicionário para estudantes: Espanhol Português/ Português - Espanhol com CD-ROM. São Paulo: Moderna/ Santillana, 2003.

VARELA, Raquel & GODED, Margarita. Bienvenidos Nivel 2 - Español para Profesionales: Turismo y Hostelería. Santiago Burgos: EnClave, 2016.

PROJETO INTEGRADOR IV

OBJETIVOS: Aplicar as técnicas de gestão de eventos, que contemple planejamento, execução, captação de recursos, comercialização, divulgação e avaliação do evento.

EMENTA: Planejamento, desenvolvimento de projetos baseados em problemas. Execução de um projeto de evento contemplando as fases de um evento: pré, trans e pós-evento. Técnicas para a elaboração do Portifólio com todos os itens estabelecidos na formatação de eventos. Elaboração do projeto real de evento. Organização de evento interno. Avaliação das fases e resultados do evento.

BÁSICA:

MATIAS, Marlene. Organização de eventos: Procedimentos e técnicas. Barueri: Manole, 2013.

PAIVA, Hélio Afonso Braga de. NEVES, Marcos Fava. Planejamento Estratégico de eventos. São Paulo: Atlas, 2008.

GIACAGLIA, Maria Cecilia. Gestão Estratégica de eventos: Teoria, práticas, casos e atividades. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

COMPLEMENTAR:

GIACAGLIA, Maria Cecília. Organização de Eventos: Teoria e Prática. São Paulo: Cengage Learning, 2003.

ZANELLA, Luiz Carlos. Manual de Organização de Eventos: Planejamento e Operacionalização. 5ª.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ZITTA, Carmen. Organização de Eventos: da Ideia à realidade. 5ª.ed. Brasília: SENAC-DF, 2014.

QUINTO SEMESTRE

SIGLAS	RELAÇÃO DE DISCIPLINAS	ATIVIDADES			
		Aulas SEMESTRAIS	CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL Tipo de atividade curricular		
			Teoria	Prática	Total
SGT-040	Políticas Públicas para o Turismo	2	40		40
ADM-126	Estudo de viabilidade econômica aplicado a empresas de turismo	4	80		80
SOC-003	Sociedade, Espaço e Turismo	2	40		40
SGT-041	Gestão de Empresas Turísticas	2	40		40
SGT-042	Segurança e acessibilidade na Atividade Turística	2	40		40
MPC-005	Métodos de produção do conhecimento	2	40		80
SGT-043	Planejamento, Regionalidade e Competitividade do Destino Turístico	4	80		40
ING-115	Inglês V	2	40		40
ESP-045	Espanhol V	2	40		40
SGT-044	Projeto Integrador V	2	40		40
Total do semestre: 480					

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Identificar as políticas públicas voltadas a atividade turística e verificar a sua eficácia no mercado e no Estado. Aplicar as políticas públicas no desenvolvimento da atividade turística. Reconhecer os diferentes tipos de políticas públicas e a sua aplicabilidade na atividade turística. Inventariar os equipamentos turísticos através dos instrumentos de análise da oferta e da demanda

EMENTA: O conceito de Estado, Governo e Políticas Públicas. A evolução das Políticas Públicas na atividade turística, os órgãos públicos e privados do setor de serviços e turismo. Incentivos fiscais e creditícios para o turismo.

Linhas de crédito. Prospeção e captação de recursos. Plano Nacional de Turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BOULLON, Roberto C. Planejamento do espaço turístico. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

HALL, C. Michael. Planejamento turístico políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2004.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

COMPLEMENTAR



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

MINISTÉRIO DO TURISMO. Programas e ações. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes>. Acesso em: 08 jul. 2019.
RUSCHMANN, Doris; SOLHA, Karina (Orgs.). Turismo: uma visão empresarial. Barueri: Manole, 2004.

ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA APLICADO AO TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Determinar o valor do dinheiro no tempo para a tomada de decisão. Calcular valor presente, valor futuro, período, taxa de juros e taxa de desconto nos diferentes regimes de capitalização. Avaliar os principais sistemas de amortização de empréstimos e financiamentos. Identificar as principais técnicas econômicas e financeiras para análise da viabilidade de projetos de investimentos aplicados a empresas de turismo. Aplicar os métodos do *Payback*, VPL, TIR, IL e TR para avaliar a viabilidade econômica de projetos no setor do turismo.

EMENTA: Conceitos Fundamentais de Matemática Financeira. Juros Simples. Juros Compostos. Descontos: Comercial e Racional. Noções sobre Fluxos de Caixa. Séries Uniformes e Perpétuas. Sistemas de Amortização de Empréstimos e Financiamentos. Introdução à Análise de Investimentos. Projeção do Fluxo de Caixa e Taxa Mínima de Atratividade. *Payback* Simples e *Payback* Descontado. Valor Presente Líquido. Taxa Interna de Retorno. Índice de Lucratividade e Taxa de Rentabilidade. Avaliação da Viabilidade Econômica em Projetos Independentes ou Mutuamente Excludentes

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

ASSAF NETO, Alexandre. Matemática financeira e suas aplicações. 13. Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

SAMANEZ, Carlos Patrício. Engenharia Econômica. São Paulo, SP: Pearson Prentice Hall, 2009.

VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. Matemática financeira. 7. Ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013.

COMPLEMENTAR

BRUNI, Adriano Leal. Avaliação de investimentos. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2013

CAMLOFFSKI, Rodrigo. Análise de investimentos e viabilidade financeira das empresas. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

LAURENCEL, Luiz da Costa; REZENDE FILHO, Mauro. Engenharia Financeira: Fundamentos para Avaliação e Seleção de Projetos de Investimentos e Tomada de Decisão. Rio de Janeiro, RJ: Grupo GEN, 2013.

SOCIEDADE, ESPAÇO E TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Refletir e analisar sobre a atuação turismo no espaço urbano interpretando-o a partir da noção de espaço e produção social. Discutir a produção do espaço e da sociedade a partir da análise de casos que apontem as formas de produção espacial direta ou indiretamente relacionadas ao turismo no espaço urbano. Problematicar a partir das diferentes abordagens sociológicas e da noção de produção as formas de apropriação e transformação do espaço no âmbito do processo de constituição dos diversos espaços turísticos existentes na metrópole paulistana.

EMENTA: Turismo e produção do espaço enquanto parte da produção da sociedade. Espaço social e turismo. Formas de apropriação e transformação do espaço a partir da realização de diferentes atividades turísticas. Espaço e turismo: conflitos entre visitantes



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

e visitados. As relações entre a produção do espaço e a modificações na vida social que o produz e por ele é produzida.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

OURIQUES, H. R. A produção turismo: fetichismo e dependência. Campinas (SP): Alínea, 2005.

CARLOS, A. F. A. A condição espacial. São Paulo: Contexto, 2011

FRÚGOLLI JR., H. Centralidades em São Paulo: trajetórias, conflitos e negociações na metrópole. São Paulo: Cortez/Edusp, 2000.

COMPLEMENTAR

ALLIS, T. Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo. 2012. 269 f. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 2012.

LEFEBVRE, H. Espaço e Política. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008.

ASHWORTH, G.; PAGE, S. J. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. Tourism Management, n. 32, pp. 1–15, 2011.

GESTÃO DE EMPRESAS TURÍSTICAS

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Dimensionar estruturas organizacionais visando a otimização de seus recursos. Identificar as características do mercado e as especificidades de cada área turística. Selecionar estratégias de gestão.

EMENTA: Desenvolver competências de gestão e inovação na área de Turismo. Conhecer o contexto e as tendências do setor. Identificação de soluções, considerando a gestão e as estratégias e particularidade das empresas turísticas.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

ASSEN, Marcel Van. Modelos de gestão: os 60 modelos que todo gestor deve conhecer. São Paulo: Pearson Prentice, 2010.

BENI, Mário Carlos. Política e Planejamento de Turismo no Brasil. São Paulo, Aleph, 2006

JOHNSTON, Robert. Administração de Operações de Serviços. São Paulo: Ed. Atlas, 2002

COMPLEMENTAR:

BOEGER, Marcelo Assad. Gestão Financeira para Meios de Hospedagem. São Paulo: Ed Atlas, 2005.

ZANELLA, Luiz Carlos. Instalação e administração de restaurantes. São Paulo: Editora Metha, 2007.

SEGURANÇA E ACESSIBILIDADE NA ATIVIDADE TURÍSTICA

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Identificar a legislação pertinente a segurança do trabalho e dos turistas. Elaborar estudos de segurança para espaços turísticos. Promover pesquisas sobre os principais acidentes que envolvem a área do turismo e hospitalidade.

EMENTA: Noções de segurança do trabalho. Segurança na atividade turística. Normatização. Acessibilidade turística. Segurança pública.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

NAKANE, Andréa. Segurança em eventos: não dá para ficar sem! Série Turismo. São Paulo: Aleph, 2014

Associação Brasileira de Normas Técnicas Guia de implementação: Turismo de aventura – Sistema de gestão da segurança [recurso eletrônico] / Associação Brasileira de Normas Técnicas, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. – Rio de Janeiro: ABNT; Sebrae, 2016. 84 p.: il. Color. Disponível em: <<http://abnt.org.br/paginampe/biblioteca/files/upload/anexos/pdf/bdca9a1aa7e53c40a9785ed2674002ff.pdf>>

FERREIRA, Luis Henrique Costa. Polícia Turística: proteção social e segurança responsável. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2016

COMPLEMENTAR

FILHO, Antonio Nunes Barbosa. Segurança do trabalho & Gestão Ambiental. São Paulo: Atlas, 2018

PAIVA, Jorge Wilson Souza. WEISS, Marcelo Barros. Acidentes com animais peçonhentos. São Paulo: Rocca, 2017.

MÉTODOS PARA PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Evidenciar os fundamentos e métodos pertinentes ao conhecimento científico. Compreender as diversas fases e as principais técnicas para desenvolvimento de pesquisas e trabalhos acadêmicos. Desenvolver pesquisas de campo aliado a trabalhos científicos de acordo com as orientações e normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas.

EMENTA: etapas necessárias para o estudo produtivo; estabelecer um roteiro de estudo adequado às suas necessidades e objetivos; diferenciar os diversos tipos de leitura; elaborar diferentes análises; identificar as várias formas de conhecimento; reconhecer as características da ciência; desenvolver as diversas atividades acadêmicas; diferenciar os diversos tipos de pesquisa; compreender e aplicar o método científico; pensar e elaborar um projeto de pesquisa; estruturar metodologicamente uma monografia; utilizar as diversas técnicas de pesquisa; redigir textos de forma acadêmica.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

GIL, A. C. Como elaborar projeto de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002

PRONCHIROLLI, O.; PONCHIROLLI, M. Métodos para a Produção do Conhecimento. São Paulo, 1ª ed. Editora Atlas, 2011

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

COMPLEMENTAR:

ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas, 2006.

FACHIN, O. Fundamentos da Metodologia. São Paulo: Saraiva, 2006.

PLANEJAMENTO, REGIONALIDADE E COMPETITIVIDADE DO DESTINO TURÍSTICO

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Compreender os processos do planejamento turístico, por meio do reconhecimento de localidades e regiões turísticas; Mapeamento das potencialidades turísticas. Elaboração de estudos de regionalidade e



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

competitividade. Interpretação, elaboração e proposições de relatórios, indicadores e projetos de observatórios do turismo.

EMENTA: A elaboração do diagnóstico turístico utilizando a metodologia de pesquisa de campo aplicada ao processo de planejamento turístico Promover o estudo do Turismo regional e regionalidades. Competitividade de destinos turísticos. Território do turismo. Sustentabilidade e roteirização turística.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

STEFANI, Cláudia de e OLIVEIRA, Luana Mendes de. Compreendendo o Turismo: um panorama da atividade. Curitiba: Intersaberes, 2015. ISBN: 9788544301425.

BRAGA, Débora Cordeiro. Planejamento Turístico: teoria e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2007. ISBN 85.352.2089-5.

PAIVA, Ricardo Alexandre. Turismo, arquitetura e cidade. São Paulo: Manole, 2016. ISBN: 9788520437797.

COMPLEMENTAR:

MINISTÉRIO DO TURISMO. Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2015.

PANOSSO NETO, Alexandre; ANSARAH, Marília. (Orgs.). Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: Planejamento, criação e comercialização. Barueri: Manole, 2015.

SANTOS, Aristides. Competitividade no setor de Viagens e Turismo: Estudos de casos múltiplos no litoral paulista. São Paulo: Scortecci, 2017.

INGLÊS V

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Propiciar estratégias eficientes para que o aluno esteja apto a compreender e produzir textos orais e escritos em língua inglesa.

EMENTA: Desenvolvimento das competências oral, escrita e de leitura em língua inglesa.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

BÁSICA:

DUBICKA, I. & O'KEEFFE, M. **English for International Tourism**. Longman. 2006

COMPLEMENTAR:

Longman Dictionary of Contemporary English. 6ª ed. Pearson Education, 2015.

LONGMAN. Longman Dictionary of Contemporary English Online. Disponível em: <<http://www.ldoceonline.com>>. Acesso em: 07 jul. 2019.

REFERÊNCIA:

MURPHY, Raymond. English Grammar in Use. 4ª ed. Cambridge University Press, 2016.

DUCKWORTH, Michael. Essential Business Grammar & Practice - English level: Elementary to Pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

RICHARDS, Jack C. New Interchange: Student Book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

ESPAANHOL V

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Compreender e expressar ideias principais em uma conversação mais extensa sobre assuntos habituais, pessoais e profissionais; manter uma interação e se



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

fazer entender em variadas situações cotidianas; formular perguntas e respostas mais elaboradas; expor ideias de forma clara.

EMENTA: Estudo das estruturas linguísticas através das habilidades lógicas, fonológicas e sintáticas. Desenvolvimento da competência comunicativa em nível básico, atendendo as especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Práticas de leitura e compreensão de textos específicos da área de atuação do profissional.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

FANJUL, Adrián (org). Gramática y Práctica de Español para brasileños. São Paulo: Moderna/Santillana, 2008, 287p.

SANTILLANA: Dicionário para estudantes: Espanhol Português/ Português-Espanhol com CD-ROM. São Paulo: Moderna/ Santillana, 2003.

VARELA, Raquel & GODED, Margarita. Bienvenidos Nivel 1 - Español para Profesionales: Turismo y Hostelería. Santiago Burgos: EnClave, 2016, 159p.

PROJETO INTEGRADOR V

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Integrar a partir das disciplinas oferecidas no semestre, a elaboração de um Plano de desenvolvimento de Turismo em bairros de São Paulo, levando em conta as políticas públicas do turismo que atendem a região, além de elementos de estudo de viabilidade econômica, noções de espaço, gestão de empresas e segurança, acessibilidade e planejamento.

EMENTA: O Plano de Desenvolvimento Turístico a partir da ótica das Políticas Públicas, os órgãos públicos e privados do setor de serviços e turismo. Plano Nacional de Turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

HALL, C.M. Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2004.

SECCHI, Leonardo. Políticas Públicas, conceitos, esquemas de análise, casos práticos. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

SCHINDLER, Andressa.A.W. Políticas Públicas aplicadas ao Turismo. Curitiba: Intersaberes, 2014.

COMPLEMENTAR:

MINISTÉRIO DO TURISMO. Programas e ações. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes. Acesso em jul.2019.

RUSCHMANN, Doris; SOLHA, Karina (Orgs.) Turismo: uma visão empresarial. Barueri: Manole, 2004.

SEXTO SEMESTRE

SIGLAS	RELAÇÃO DE DISCIPLINAS	ATIVIDADES			
		Aulas SEMESTRAIS	CARGA DIDÁTICA SEMESTRAL Tipo de atividade curricular		
			Teoria	Prática	Total
LAT-002	Legislação Aplicada ao Turismo	2	40		40



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

SGT-045	Captação de recursos para projetos turísticos	4	80		80
ADM-012	Desenvolvimento de negócios	4	80		80
FRA-016 ALE-016	Optativa (Francês ou Alemão disciplina da unidade)	4	80		80
ADM-013	Relações Interpessoais	2	40		40
ADM-014	Análise de riscos e administração de crises em Turismo	2	40		40
ING-116	Inglês VI	2	40		40
ESP-046	Espanhol VI	2	40		40
SGT-206	Projeto Integrador VI	2	40		40
Total do semestre: 480					

LEGISLAÇÃO APLICADA AO SETOR DE HOSPITALIDADE

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Selecionar as normas legais genéricas aplicáveis nas mais variadas situações da atividade turística. Empregar coerentemente a legislação pertinente no setor privado e público no setor de turismo.

EMENTA: Principais tópicos do Direito aplicados a área de Turismo. Os principais ramos do direito público e privado. Direito e Turismo. Legislação aplicada à área de Turismo: legislação trabalhista, direito do consumidor, estâncias turísticas e municípios de interesse turístico. Legislação municipal. Legislação ambiental relacionada ao Turismo.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

CAVALIERI FILHO, Sérgio. Responsabilidade civil no código de defesa do consumidor. Rio de Janeiro, CEPAD

OLIVEIRA, Sonia de. Direito e legislação do turismo. 1 ed. Curitiba: Intersaberes, 2016.

MARTINEZ, Regina Célia; GARCIA, José Ailton. Direito e turismo. 1ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2014

COMPLEMENTAR

NETO, M. D. Manual de direito aplicado ao consumidor. São Paulo: Papirus, 2004.

NEGRÃO, T. Código civil e legislação civil em vigor. São Paulo: Saraiva, 2007.

PINTO, A. C. Turismo e meio ambiente. São Paulo: Papirus, 2004

CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA PROJETOS TURÍSTICOS

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Elaborar pesquisas para desenvolvimento de projetos e captação de recursos e suas etapas. Aplicar técnicas de planejamento para ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas. Elaborar projeto de captação de recursos.

EMENTA: Captação de recursos para projetos turísticos. Tipos de recursos disponíveis no país. Editais e financiamentos de projetos no setor público e privado. Recursos e investidores, empréstimos e financiamento para pessoa física

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

COELHO, Caio Sasaki Godeguez. Crowdfunding: Natureza e regime jurídico. 1ª Ed. São Paulo: Almedina, 2018.

BASTO NETO, Murillo de Miranda. Curso prático de convênios com ênfase no sistema federal de gestão de convênios: Sincov. 1ª Ed. São Paulo: Urbana, 2013.

SPINA, Cassio A. Investidor anjo: como conseguir investidores para seu negócio. 1ª Ed. São Paulo: NVERSOS EDITORA, 2015.

COMPLEMENTAR



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

AMARU, Maximiniano. Administração de projetos: Como transformar ideias em resultados. 5ª.Ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GORINI, Marcos; Torres, Haroldo. Captação de recursos para startups e empresas de impacto: guia prático. São Paulo: Alta Books, 2015.

SCHINDLER, Andressa. Políticas públicas aplicadas ao Turismo. Curitiba: Intersaberes, 2014.

DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Identificar as características do mercado e as especificidades de cada área turística. Desenvolver ações empreendedoras e de inovação. Elaborar apresentações públicas de modelos de negócios para mostras e feiras.

EMENTA: Empresas e Empreendedores; Oportunidades de Negócios; Mapeamento de Mercado; Franquias; Proteção de Ideias de Negócios; Plano de Negócio; Estrutura legal do Negócio; Custo de Oportunidade e Trade -Offs; Fatores Econômicos e novos negócios; Avaliação de novos Negócios; Estratégias e Objetivos de Novos Negócios; Estratégias Funcionais; Responsabilidade Social Corporativa e Stakeholders

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

LENZI, Fernando César. A nova geração de empreendedores: guia para elaboração de um plano de negócios. São Paulo: Atlas, 2009.

SALIM, Cesar Simões et. al. Construindo planos de negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005

COMPLEMENTAR

CERTO, Samuel C. Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

BIZZOTO, Carlos Eduardo Negrão. Planos de negócios para empreendimentos inovadores. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, Djalma P. R. Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas. São Paulo: Atlas, 2005.

FRANCÊS (Optativa – disciplina da unidade)

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Estabelecer contato e comunicar-se nas modalidades oral e escrita de maneira simples, inclusive nos meios digitais, fazendo uso de gestos, palavras ou frases. Utilizar estratégias básicas para a apropriação do conhecimento, compreensão e produção de textos. Reconhecer a entoação e os usos dos fonemas da língua, atuando em contexto pessoal, profissional e acadêmico da área do curso.

EMENTA: Introdução às habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio de funções comunicativas e estruturas simples da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

LAYGUES Arnaud; COLL Andreu. Le Français em Contexte – Tourisme – Méthode de Français Professionnel. (livro e CD Audio). Paris: Hachette Fr, 2014.

COMPLEMENTAR:

Akyüz, Anne et al. En Contexte – Exercices de Grammaire A1. Paris: Hachette Fr, 2014.



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

AVOLIO, Jelssa Ciardi; FAURY Mara Lucia. Michaelis- Dicionário Escolar Francês – Português. São Paulo: Melhoramentos, 2016.

ALEMÃO (Optativa - disciplina da unidade)

AULAS SEMESTRAIS: 80 horas aula

OBJETIVOS: Estabelecer contato e comunicar-se nas modalidades oral e escrita de maneira simples, inclusive nos meios digitais, fazendo uso de gestos, palavras ou frases. Utilizar estratégias básicas para a apropriação do conhecimento, compreensão e produção de textos. Reconhecer a entoação e os usos dos fonemas da língua, atuando em contexto pessoal, profissional e acadêmico da área do curso.

EMENTA: Introdução às habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio de funções comunicativas e estruturas simples da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos socioculturais.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BARBERIS, Paula et BRUNO, Elena. Deutsch im Hotel. Gespräche führen Ismaning: Hueber, 2004.

COHEN, Ulrike Zimmer frei neu. Deutsch im Hotel. Lehrbuch Berlin: Langenscheidt, 2004.

GRANDI, Nicolletta Zimmer frei neu. Deutsch im Hotel. Arbeitsbuch Berlin: Langenscheidt, 2006.

COMPLEMENTAR:

REIMANN, Monika (trad. Aires Graça et alii). Gramática Essencial do Alemão. São Paulo: EPU, 2004.

CAMARGO, Glória P, de. Michaelis Gramática Prática do Alemão. São Paulo: Melhoramentos, 2005.

LÉVI-HILLERICH, Dorothea. Kommunikation im Tourismus. Kursbuch München: Goethe-Institut, 2007.

RELAÇÕES INTERPESSOAIS

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Promover a reflexão/debates sobre os fatores psicossociais que contribuem para a formação da Personalidade do indivíduo e seu reflexo individual na equipe. Despertar no discente o entendimento da relevância das relações interpessoais e interação social nas diversas áreas de atuação do Tecnólogo em Turismo. Implementar seminários interativos com ênfase na temática proposta para a disciplina. Elaborar planos e medidas preventivas. Aplicar estratégias de monitoramento da imagem organizacional.

EMENTA: A interação entre as pessoas e o ambiente profissional do Tecnólogo em Turismo. A atuação em equipe, as relações interpessoais e a prática do feedback. Desajustes comportamentais: drogas, bebidas, suicídio, entre outros, condutas conflitantes e o processo de ajustamento e adaptação comportamental a partir do Mindfulness. Personalidade e mecanismos de defesa psicológica - O Turismólogo e o Pipeline de Liderança Coaching.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

Bock, A. M. B. Psicologia e o Compromisso Social. 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2018. ISBN: 9788524915154



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

KANAANE, R. Comportamento Humano nas Organizações: O Desafio dos Líderes no Relacionamento Intergeracional. 3ª ed. São Paulo: Gen/Atlas, 2017. ISBN: 9788597012484

Ministério da Saúde (BR). Secretaria de Atenção à Saúde. Adolescência e Juventude. In Ministério da Saúde (BR) Marco Legal: Saúde, um direito dos Adolescentes. Brasília, 205. p. 7-8. Disponível em: https://portal.saude.gov.br/portal/arquivos/pdf/marco_legal.pdf. ISBN: 85-334-0856-0

MOSCOVICI, F. Equipes dão certo: A multiplicação do talento humano. 13ª ed. São Paulo: José Olympio, 2014. ISBN: 9788503005241

COMPLEMENTAR

ANTUNES, R. Os Sentidos do Trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do Trabalho. Coimbra: Almedina, 2013. ISBN: 8585934433

KANAANE, R; ORTIGOSO, S. A. F. Manual de Treinamento: Como Desenvolver Programas de Capacitação, Treinamento e Desenvolvimento do Potencial Humano. São Paulo: Gen/Atlas, 2018. ISBN: 9788597017786

MARTI, A. C. et. al. (org.) Mindfulness e Ciência da Tradição à Modernidade. São Paulo: Palas Athena, 2016. ISBN: 9788560804306

PRATTA, E. M. M; SANTOS, M. A. Opiniões dos Adolescentes do Ensino Médio sobre o Relacionamento Familiar e seus Planos para o Futuro. Revista Paideia, 2007, 17(36), 103-114.

ANÁLISE DE RISCO E ADMINISTRAÇÃO DE CRISES EM TURISMO

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Elaborar planos e medidas preventivas. Aplicar estratégias de monitoramento da imagem organizacional.

EMENTA: Conceito, identificação e análise de riscos e crises na atividade turística. Comunicação corporativa, gestão, imagem e posicionamentos. Papel das relações públicas na assessoria de comunicação e respectivas ferramentas. Gerenciamento de crises

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

CARDIA, Wesley. Crise de Imagem e Gerenciamento de Crises. São Paulo: Mauad, 2015
FORNI, João José. Gestão de Crises e Comunicação: O que Gestores e Profissionais de Comunicação Precisam Saber para Enfrentar crises Corporativas. São Paulo: Atlas, 2013

ABRAPP. Manual de Gestão de Crise e Imagem. Disponível em <http://www.abrapp.org.br/GuiasManuais/manual_gestao_criseeimagem.pdf>. Acesso em 29/01/2019

COMPLEMENTAR

VIANA, Francisco. De cara com a mídia: Comunicação corporativa, relacionamento e cidadania. São Paulo: Negócio Editora, 2001.

BLANC, Inbal. NOVO, Otávio. Gestão de Qualidade e de Crises em Negócios do Turismo. Senac São Paulo (Edição Digital), 2018.

PROJETO INTEGRADOR VI

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Apoiar os alunos no desenvolvimento de Trabalhos nas questões metodológicas.



Administração Central

Unidade do Ensino Superior de Graduação

EMENTA: Orientação metodológica de Trabalhos de Conclusão de Curso. Atividades com os alunos para organização e estruturação dos trabalhos.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COMPLEMENTAR:

CENTENO, Rogelio Rocha. Metodologia da Pesquisa aplicada ao turismo: casos práticos. São Paulo: Roca 2003.

DENCKER, Ada de Freitas M. Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas. 9ª ed. São Paulo: futura, 1998.

INGLÊS VI

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: O aluno deverá ser capaz de fazer uso das habilidades linguístico-comunicativas com mais autonomia, eficiência e postura crítico-reflexiva. Aperfeiçoar as estratégias argumentativas, participar de reuniões e apresentações orais simples. Interagir em contextos de socialização e entretenimento. Redigir textos técnicos e acadêmicos. Compreender informações em artigos acadêmicos e textos técnicos específicos da área. Aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua, de forma a garantir a inteligibilidade e a fluência nos contatos em ambiente profissional, tanto pessoalmente quanto ao telefone.

EMENTA: Aprimoramento da compreensão e produção oral e escrita por meio de funções sociais e estruturas mais complexas da língua desenvolvidas na disciplina Inglês 5. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua inglesa.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

BÁSICA:

DUBICKA, I. & O'KEEFFE, M. English for International Tourism. Longman. 2006

COMPLEMENTAR:

Longman Dictionary of Contemporary English. 6ª ed. Pearson Education, 2015.

LONGMAN. Longman Dictionary of Contemporary English Online. Disponível em: <<http://www.ldoceonline.com>>. Acesso em: 07 jul. 2019.

REFERÊNCIA:

MURPHY, Raymond. English Grammar in Use. 4ª ed. Cambridge University Press, 2016.

ESPAÑHOL VI

AULAS SEMESTRAIS: 40 horas aula

OBJETIVOS: Compreender e expressar ideias em uma conversação mais extensa sobre assuntos habituais, pessoais e profissionais; manter uma interação e se fazer entender em variadas situações cotidianas; formular perguntas e respostas mais elaboradas e detalhadas; explicar e defender opiniões de forma mais clara e independente.

EMENTA: Aprimoramento da competência comunicativa em nível intermediário, atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos sócio-culturais da língua espanhola. Capacidade de compreender e expressar-se de forma mais complexa em uma negociação. Práticas de leitura e produção de textos descritivos.

BIBLIOGRAFIAS:



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

BÁSICA

FANJUL, Adrián (org). Gramática y Práctica de Español para brasileños. São Paulo: Moderna/Santillana, 2008, 287p.

SANTILLANA: Dicionário para estudantes: Espanhol Português/ Português-Espanhol com CD-ROM. São Paulo: Moderna/ Santillana, 2003.

VARELA, Raquel & GODED, Margarita. Bienvenidos Nivel 2 - Español para Profesionales: Turismo y Hostelería. Santiago Burgos: EnClave, 2016.

PROJETOS INTEGRADORES (PI) – 240 aulas

Com o objetivo de otimizar o desenvolvimento de produções acadêmicas, o trabalho de conclusão de curso terá o apoio dos projetos integradores durante todos os semestres. Os Projetos Integradores do curso de Gestão de Turismo possibilitam a constituição e o processo de pesquisa mais alinhado ao mercado de turismo. Seus objetivos são o aprendizado e o desenvolvimento de competências profissionais e tecnológicas.

Para que a matriz curricular do curso atenda às expectativas, foi elaborado um plano pedagógico, que estabelece dois eixos de direcionamento, que possibilitam avaliar as habilidades e competências dos alunos.

Eixo Vertical: abrange as disciplinas de cada semestre proporcionando uma interatividade progressiva do conhecimento. Esse eixo avalia as habilidades do aluno.

- Primeiro semestre – Pesquisar e identificar o potencial de destinos turísticos;
- Segundo semestre – Criar e realizar eventos;
- Terceiro semestre – Otimizar dados na área de turismo;
- Quarto semestre – Promover empresas ou destinos turísticos;
- Quinto semestre – Gestão de destinos turísticos;
- Sexto semestre – Planejar negócios.

Eixo Horizontal: abrange as áreas do conhecimento durante todo o curso, avaliando as competências do aluno em se relacionar com as áreas de cada semestre.

- 1º momento: competências operacionais
- 2º momento : competências táticas
- 3º momento : competências estratégicas

Essa recomendação é base para os projetos interdisciplinares para os semestres do curso. O projeto deve ser desenvolvido pelos alunos sob supervisão, de forma que, inicialmente, os alunos consigam identificar elementos que integrem e se relacionem com pesquisa em turismo. Depois, de forma crescente, novos conhecimentos devem ser agregados por meio de execução de criação de eventos, que permitam, ao aluno, uma visão operacional. Em sequência, otimizar dados e formatar aplicações de tecnologia, de forma a colocar o aluno em contato com aplicações tecnológicas na área de turismo. Nos semestres finais foca-se nas competências estratégicas desenvolvendo habilidades em planejamento, promoção e estratégias para destinos turísticos e geração de negócios.

9. ATIVIDADES EXTRACURRICULARES

TRABALHO DE GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO – 160 HORAS

OBJETIVO: O estudante deverá refletir através de um trabalho acadêmico o perfil profissiográfico constante no projeto pedagógico do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo.



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

EMENTA: Desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa e construção de textos específicos envolvendo conhecimentos e atividades da área da Tecnologia em Gestão de Turismo, devidamente orientados por docente do curso. O resultado final deverá ser apresentado por meio da elaboração de monografia, relatório técnico, projeto, análise de casos, desenvolvimento tecnológico de instrumentos, de equipamentos, de softwares, de procedimentos, de protótipos e/ou publicações (em revistas indexadas e/ou congressos), com levantamento bibliográfico podendo ou não conter pesquisa de campo, seguindo o regulamento específico. Para o Curso de Gestão de Turismo o Trabalho de Graduação iniciará a partir do 5º semestre.

ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO EM TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO – 240 HORAS

OBJETIVO: Dentro do setor de Tecnologia em Gestão de Turismo, proporcionar ao estudante oportunidades de aprimorar suas habilidades, analisar situações e propor mudanças no ambiente profissional. Complementar o processo ensino-aprendizagem. Incentivar a busca do aperfeiçoamento pessoal e profissional. Aproximar os conhecimentos acadêmicos das práticas de mercado com oportunidades para o estudante de conhecer as organizações e saber como elas funcionam. Incentivar as potencialidades individuais, proporcionando o surgimento de profissionais empreendedores. Promover a integração da Faculdade/Empresa/Comunidade e servir como meio de reconhecimento das atividades de pesquisa e docência, possibilitando ao estudante identificar-se com novos desafios da profissão, ampliando os horizontes profissionais oferecidos pelo mundo do trabalho.

EMENTA: Aplicar os conhecimentos adquiridos no curso de Tecnologia em Gestão de Turismo em situações reais no desempenho da futura profissão. Realizar atividades práticas, relacionadas à Tecnologia em Gestão de Turismo, desenvolvidas em ambientes profissionais, sob orientação e supervisão de um docente da Faculdade e um responsável no local de estágio. Equiparam-se ao estágio as atividades de extensão, de monitoria, práticas profissionais, iniciação científica e/ou desenvolvimento tecnológico e inovação* na educação superior, desenvolvidas pelo estudante.

* As atividades de pesquisa aplicada desenvolvidas em projetos de Iniciação Científica e/ou Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação, se executadas, podem ser consideradas como Estágio Curricular e/ou como Trabalho de Graduação, desde que sejam comprovadas, no mínimo, as cargas horárias totais respectivas a cada atividade. Para o Curso de Gestão de Turismo, O estágio Curricular Supervisionado iniciará a partir do 4º semestre.

10.MAPEAMENTO DO ITINERÁRIO FORMATIVO:RELAÇÃO DE COMPETÊNCIAS E COMPONENTES CURRICULARES

COMPETÊNCIAS	HABILIDADES	COMPONENTES CURRICULARES
– Analisar o fenômeno turístico, os conceitos e a dinâmica da atividade, considerando os desafios e as	– Compreender as transformações do turismo e do turista no percurso do tempo. – Elaborar formas de acolhimento em conformidade com os princípios da hospitalidade.	– Turismo na contemporaneidade – História Contemporânea – Geografia Aplicada ao Turismo – Fundamentos da Hospitalidade – Transportes no Turismo – Sociologia do Lazer e do Turismo – Patrimônio Cultural e Turismo

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

oportunidades atuais, sobretudo aquelas concernentes ao turismo paulistano.	Elaborar estudos sobre os efeitos culturais, sociais, econômicos e políticos do turismo nos espaços e localidades que promovem sua realização.	- Relações Internacionais no Turismo - Sociedade, Espaço e Turismo
Analisar a comunicação no contexto da área profissional, utilizando terminologias técnicas e científicas e vocabulário específico da área de atuação.	- Elaborar textos acadêmicos da área de estudo em diferentes gêneros discursivos da área de Turismo - Comunicar-se em língua estrangeira	- Comunicação e Expressão I a IV - Métodos para a Produção do Conhecimento - Inglês I a VI - Espanhol I a VI
Avaliar os efeitos da conjuntura econômica nacional e internacional no mercado de turismo, a partir da identificação de variáveis macro e microeconômicas.	- Identificar os impactos da conjuntura internacional nas atividades econômicas internas - Relacionar o turismo com o desenvolvimento socioeconômico brasileiro e paulistano.	- Economia Aplicada ao Turismo - Estudo de Viabilidade Econômica Aplicada ao Turismo - Estatística, Métricas e Indicadores no Turismo
Avaliar mercados, distinguindo os diferenciais, potenciais concorrentes, consumidores e fornecedores.	- Identificar segmentos de turismo - Definir produtos, serviços e preços	- Gestão de Empresas Turísticas - Marketing, Promoção e Comercialização do Destino turístico - Operação e Agenciamento de Viagens - Gestão de Eventos - Planejamento, Regionalidade e Competitividade do Destino Turístico - Desenvolvimento de negócios - Gastronomia e o Turismo
Analisar a estrutura do Planejamento e a Organização do Turismo	- Aplicar políticas públicas para o setor turístico de acordo com os arranjos produtivos locais - Aplicar técnicas de planejamento para ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas	- Políticas Públicas para o Turismo - Meio Ambiente e Sustentabilidade para o Turismo - Segurança e Acessibilidade na Atividade Turística - Captação de Recursos para Projetos Turísticos - Legislação Aplicada ao Turismo
Administrar problemas de gestão	- Definir equipes de trabalho - Relacionar-se com a mídia	- Meios de Hospedagem - Operação e Agenciamento de Viagens



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

empresarial e propor soluções	– Controlar a qualidade dos serviços – Participar na elaboração de planos de emergência	– Gestão de Empresas Turísticas – Gestão de Pessoas em Empresas de Turismo – Administração – Análise de riscos e administração de crises em Turismo – Legislação Aplicada ao Turismo – Tecnologia da Informação e Comunicação
-------------------------------	--	--

Fonte: Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia versão 2016 e Família Ocupacional: 1415 – Tecnólogo em Gestão de Turismo (Classificação Brasileira de Ocupações do Ministério do Trabalho), 2016.

11. INFRAESTRUTURA

Para atender a todas as necessidades do curso, a Unidade de Ensino disponibiliza toda a infraestrutura necessária. Dentre os recursos apresentam-se:

Laboratórios de Informática: espaços com equipamentos de informática para uso de alunos e professores em aulas e períodos de estudos;

Laboratório de Línguas Estrangeiras: sala equipada com 40 cabines individuais e uma mesa de controle; três salas equipadas com tv, aparelho de som e data show;

Laboratório de Turismo: uma sala equipada com computadores e arquivo corrente de atividades; uma sala com acervo bibliográfico, arquivo permanente e outros materiais.

Biblioteca: possui área de 533 m², distribuída em três ambientes (Sala de Internet, Biblioteca Nelson Alves Vianna, Sala de Estudos). Disponibiliza o acesso à Internet, salas de leitura, estudos e de pesquisa (com capacidade para 260 lugares) e acesso à rede sem fio. Conta com um acervo com cerca de 20.000 títulos, totalizando aproximadamente 34.650 volumes, mais de 2.000 periódicos, 2.700 produções acadêmicas e 1.600 normas técnicas.

Secretaria de Serviços Acadêmicos: composta de Diretoria de Serviços Acadêmicos, Seção de Alunos, Seção de Ex-Alunos;

Auditório Wladimir Anversa: tem capacidade para mais de 300 lugares e está equipado com recursos multimídia e informática. Abriga os principais eventos da instituição, como aberturas de congressos, simpósios, encontros, eventos temáticos e recepção aos calouros entre outros.

12. TABELA DE EQUIVALÊNCIA

MATRIZ DE IMPLANTAÇÃO			EQUIVALÊNCIAS MATRIZ 2020/1		
COMPONENTES	SEM	CH	COMPONENTES	SEM	CH
Economia Aplicada ao Turismo	1º	40	Economia Aplicada ao Turismo	1º	40
Dimensões do Turismo	1º	80	Turismo na Contemporaneidade	1º	80

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Geografia	1º	80	Geografia Aplicada ao Turismo	1º	80
História da Arte	1º	80	História Contemporânea	1º	80
Métodos para a Produção do Conhecimento	1º	40	Métodos para a Produção do Conhecimento	5º	40
Teoria da Administração Aplicada ao Turismo	1º	80	Administração	3º	40
Língua Portuguesa I	1º	80	Comunicação e Expressão I	1º	40
Espanhol I	1º	40	Espanhol I	1º	40
Inglês I	1º	40	Inglês I	1º	40
			Projeto Integrador I	1º	40
Introdução a Demonstrativos Contábeis	2º	40			
Logística Aplicada ao Turismo	2º	40			
Transportes no Turismo	2º	80	Transportes no Turismo	3º	40
Meios de Hospedagem e Hospitalidade	2º	80	Meios de Hospedagem	3º	40
			Fundamentos da Hospitalidade	1º	40
Marketing Aplicado ao Turismo	2º	80	Marketing, Promoção e Comercialização do Destino Turístico	2º	80
Legislação Aplicada ao Turismo	2º	80	Legislação Aplicada ao Turismo	6º	40
Língua Portuguesa II	2º	40	Comunicação e Expressão II	2º	40
Espanhol II	2º	40	Espanhol II	2º	40
Inglês II	2º	40	Inglês II	2º	40
			Projeto integrador II	2º	40
Agência de Viagens e Turismo	3º	80	Operação e Agenciamento de Viagens	2º	80
Gestão de Empresas Turísticas	3º	80	Gestão de Empresas Turísticas	5º	40
Inventário da Oferta e Segmentação	3º	80	Captação de Recursos para projetos turísticos	6º	80
Relações Públicas	3º	80	Comunicação Multimodalidade em Turismo	4º	40
Sociologia do Lazer e do Turismo	3º	80	Sociologia do Lazer e do Turismo	2º	80
Gestão Financeira para Empresas de Turismo	3º	80	Análise de Riscos e Administração de Crises em Turismo	6º	40
Língua Portuguesa III	3º	40	Comunicação e Expressão III	3º	40
Espanhol III	3º	40	Espanhol III	3º	40

Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Inglês III	3º	40	Inglês III	3º	40
			Estatística, Métricas e Indicadores de Turismo	4º	80
			Projeto Integrador III	3º	40
Gestão de Eventos	4º	80	Gestão de Eventos	4º	80
Plano de Negócios	4º	80	Desenvolvimento de negócios	6º	80
Projeto do Trabalho de Graduação	4º	40			
História, Memória e Patrimônio	4º	80	Patrimônio Cultural e Turismo	2º	80
Planejamento e Gerenciamento do Patrimônio Cultural	5º	40			
Gestão de Pessoas em Empresas Turísticas	4º	40	Gestão de Pessoas em Empresas de Turismo	4º	40
Relações Internacionais no Turismo	4º	80	Relações Internacionais no Turismo	3º	80
Língua Portuguesa IV	4º	40	Comunicação e Expressão IV	4º	40
Espanhol IV	4º	40	Espanhol IV	4º	40
Inglês IV	4º	40	Inglês IV	4º	40
			Tecnologia da Informação e da Comunicação	4º	80
			Projeto integrador IV	5º	40
Aspectos Ambientais do Turismo	5º	80	Meio Ambiente e Sustentabilidade para o Turismo	4º	80
Estudo de Viabilidade Econômica Aplicado a Empresas de Turismo	5º	80	Estudo de Viabilidade Econômica Aplicado a Empresas de Turismo	5º	80
Projeto, Planejamento e Organização do Turismo	5º	80	Planejamento, Regionalidade e Competitividade do Destino Turístico	5º	80
Gastronomia e o Turismo	5º	80	Gastronomia e o Turismo	4º	80
Políticas Públicas para Turismo	5º	40	Políticas Públicas para o Turismo	5º	40
Tópicos Avançados em Turismo I	5º	40			
Espanhol V	5º	40	Espanhol V	5º	40
Inglês V	5º	40	Inglês V	5º	40
			Sociedade, Espaço e Turismo	5º	40
			Segurança e Acessibilidade Turística	5º	40
			Projeto integrador V	5º	40
Captação de Eventos e Comercialização	6º	40			



Administração Central
Unidade do Ensino Superior de Graduação

Tópicos Avançados de Turismo II	6º	40			
Psicologia Aplicada ao Turismo	6º	40	Relações Interpessoais	6º	40
Espanhol VI	6º	40	Espanhol VI	6º	40
Inglês VI	6º	40	Inglês VI	6º	40
			Francês (optativa) ou Alemão (optativa)	6º	80
			Projeto Integrador VI	6º	40

LEGENDAS:

	Não há equivalência
	Disciplina extinta