

**EMENTAS DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU EM
MBA EM COMUNICAÇÃO E MARKETING DE TURISMO – EAD**

DISCIPLINA: TURISMO, TURISMO GLOBAL E TURISMO LOCAL
EMENTA DA DISCIPLINA
Evolução da Teoria das Organizações, correntes clássicas e contemporâneas. Passagem da Teoria Administrativa para a Teoria das Organizações. Burocracia como forma de organização. Burocracia e estratégia de desenvolvimento. A Teoria geral dos sistemas e a organização. A teoria Institucional no estudo das organizações, Cultura e organização. Dinâmica organizacional e novas formas organizacionais.
CONTEÚDO PORGRAMÁTICO
<ol style="list-style-type: none">1. Turismo, estrutura e histórico2. Conceitos de lazer e recreação3. A globalização impulsionando o turismo no planeta4. Padrões globais de turismo5. A indústria global de viagens de turismo6. O turismo em países emergentes7. Concorrência entre os destinos turísticos8. Turismo no Brasil: estrutura atual e potencial9. Políticas de turismo e vantagem competitiva
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS
TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi - Análises Globais e Regionais do Turismo Brasileiro - São Paulo, Ed. Roca, 2005. BENI, Mário Carlos - Análise Estrutural do Turismo - São Paulo, Ed. SENAC Nacional, 2004. SENAC - Publicação Século XXI - As novas ocupações: turismo e hotelaria - relatório final. São Paulo, SENAC, 2010. TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi - Turismo: como aprender, como ensinar. São Paulo, SENAC Nacional, 2004. BARRETO, Margarida - Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo - São Paulo, Cultura, 2008.

DISCIPLINA: SEGMENTAÇÃO DE MERCADOS TURÍSTICOS
EMENTA DA DISCIPLINA
Processos de seleção e análise estratégica para segmentar e traçar um perfil de mercado potencial; Tarefas inter-relacionadas para identificação de mercados-alvo; Bases para a segmentação de mercados na área do turismo; Vantagens da segmentação em turismo, processo de identificação de desejos e necessidades assemelhadas; Identificação dos segmentos e nichos potenciais em turismo.
CONTEÚDO PORGRAMÁTICO
<ol style="list-style-type: none">1. Segmentação de mercado: estratégia, bases e objetivos2. Definição do mercado e níveis de segmentação3. Bases para segmentação do mercado turístico4. Caracterização do Turismo Social5. O Turismo Cultural e identificação dos modos de viver e produzir cultura6. Turismo de Estudos e Intercâmbio7. Perfil do Segmento Turístico de Esportes8. Turismo Náutico e Turismo de Pesca9. Turismo Comercial, de Eventos e Negócios10. Turismo de Nichos: Rural, Ecológico e de Sustentabilidade11. Turismo de Terceira Idade e Turismo de Saúde12. Turismo de Aventura e Experiências13. Turismo Religioso no Brasil

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENI, Mário Carlos - Análise Estrutural do Turismo - São Paulo, Ed. SENAC Nacional, 2004.
COBRA, Marcos. Marketing de Turismo. São Paulo, Cobra, 200.
KOTLER, Philip. Marketing Essencial: conceitos, estratégias e casos. São Paulo, Prentice Hall, 2005.
SENAC - Publicação Século XXI - As novas ocupações: turismo e hotelaria - relatório final. São Paulo, SENAC, 2010.
TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi - Análises Globais e Regionais do Turismo Brasileiro - São Paulo, Ed. Roca, 2005.

DISCIPLINA: PESQUISA E DIAGNÓSTICO EM TURISMO

EMENTA DA DISCIPLINA

A necessidade de pesquisa em todas as áreas do conhecimento como instrumento de atualização e melhoria da qualidade nas decisões estratégicas; Discussão dos aspectos metodológicos da pesquisa e das avaliações quantitativas e qualitativas; Aplicações científicas e metodológicas da pesquisa em turismo; Sistemas de informação e coleta de dados em turismo; Pesquisa em turismo para decisões estratégicas de segmentação de mercado; Teorias do comportamento do consumidor aplicadas ao turismo.

CONTEÚDO PORGRAMÁTICO

1. A importância da pesquisa nas diversas áreas do conhecimento
2. Discussões conceituais sobre as diversas metodologias de pesquisa
3. Conceituação do turismo como objeto de pesquisa
4. Métodos de investigação científica aplicados à pesquisa em turismo
5. Sistemas de informação e fontes de pesquisa em turismo
6. Mensuração e previsão de mercado em turismo
7. Mensuração da demanda atual no mercado turístico
8. Mensuração da demanda futura no mercado turístico
9. Seleção de dados e informações para a segmentação do mercado turístico
10. Teoria do comportamento do consumidor
11. Comportamento do consumidor individual em turismo
12. Comportamento do consumidor organizacional em turismo

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AAKER, D. A.; KUMAR, V.; DAY, G. S. Pesquisa de Marketing. São Paulo: Atlas, 2001.
BENI, Mário Carlos - Análise Estrutural do Turismo - São Paulo, Ed. SENAC Nacional, 2004.
BRASIL, Ministério do Turismo. Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil: 2002 e 2006. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.
GIGLIO, Ernesto Michelangelo. O comportamento do consumidor. São Paulo, Thomson, 2005.
HORNOR, Susan; SWARBROOKE, John. O Comportamento do Consumidor no Turismo. São Paulo, Aleph, 2002.

DISCIPLINA: MARKETING DE TURISMO

EMENTA DA DISCIPLINA

O turismo como negócio e a necessidade de uma visão de marketing turístico orientado para os clientes; O marketing como processo: fundamentos, origem, aplicações; Marketing em turismo como processo para melhorar a eficiência no atendimento e satisfação dos clientes; Marketing como ferramenta para o planejamento eficiente na aplicação de recursos e retorno eficaz dos esforços do plano de negócios; Arena de marketing turístico e formulação do planejamento de marketing.

CONTEÚDO PORGRAMÁTICO

1. Negócios de Turismo e Gestão de Marketing Turístico
2. Fundamentos centrais do processo de marketing
3. Marketing estratégico e operações de marketing
4. Marketing para produtos intangíveis
5. Marketing de serviços como fundamento do marketing turístico
6. Conceito de mercado e mercado turístico
7. Mercado turístico: demanda, procura e oferta
8. Característica do marketing nacional e internacional em turismo
9. O composto de marketing turístico
10. Os ambientes em marketing turístico
11. Fundamentos e Estrutura do Plano de Marketing
12. Formulação do Planejamento de Marketing em Turismo

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENI, Mário Carlos - Análise Estrutural do Turismo - São Paulo, Ed. SENAC Nacional, 2004.
 COBRA, Marcos. Marketing de Turismo. São Paulo, Cobra, 2003.
 CUNHA, Licínio. Economia e Política do Turismo, edição n.º 3170, Editorial Verbo, Lisboa, 2006.
 KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
 SENAC - Publicação Século XXI - As novas ocupações: turismo e hotelaria - relatório final. São Paulo, SENAC, 2010.

DISCIPLINA: GESTÃO DE PESSOAS, HOTELARIA E RECEPÇÃO

EMENTA DA DISCIPLINA

Gestão de pessoas como estratégia diferenciadora nas organizações modernas; Políticas de recrutamento, seleção, motivação e retenção de talentos; O conceito de hospitalidade e suas tipologias; Hospitalidade e recepção em turismo e características da hotelaria e recepção no Brasil; Os diversos formatos da hotelaria no Brasil; A gestão de pessoas para supervisão e gerenciamento de atividades de recepção e atendimento em hotelaria; Formação especializada de mão de obra e formatos alternativos de hotelaria e recepção no Brasil

CONTEÚDO PORGRAMÁTICO

1. Gestão de pessoas nas organizações, conceituação e diagnóstico
2. Políticas de recrutamento, seleção e treinamento
3. Gestão de pessoas como estratégia de competição nas organizações
4. Gestão de pessoas por competência
5. Hospitalidade, conceito e história
6. Tipologias da hospitalidade: doméstica, comercial e pública
7. Teoria da hospitalidade e recepção em turismo
8. Características e histórico da hotelaria brasileira
9. Arquitetura e design da hotelaria brasileira: hotéis, resorts e pousadas
10. Gestão de pessoas e qualidade em hotelaria e recepção
11. Ensino e formação profissional para hotelaria e recepção
12. Formatos alternativos em hotelaria e recepção: albergues da juventude, campings e outros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

EMBRATUR, Projeto dos Albergues da Juventude, Brasília, EMBRATUR, 1987.
 MATIAS, M. Turismo: formação e profissionalização. São Paulo, Manole, 2002.
 MARTINS, Libera. Curso de Gestão de Recursos Humanos, Rio de Janeiro: AVM, 2007.
 CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas; o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
 SENAC Publicação Século XXI As novas ocupações: turismo e hotelaria relatório final. São Paulo, SENAC, 2010.

DISCIPLINA: TURISMO AMBIENTAL E SUSTENTABILIDADE
EMENTA DA DISCIPLINA
As questões ambientais e o comprometimento do ecossistema global; A responsabilidade social nas empresas e a emergência da consciência ambiental; Sociedade, consciência e educação para preservação do meio ambiente; A ecologia e a inserção da prática ambiental como segmento da atividade de turismo; Modalidades de turismo ecológico e impacto no meio ambiente; Turismo ecológico no Brasil.
CONTEÚDO PORGRAMÁTICO
<ol style="list-style-type: none"> 1. A ecologia e a crise do planeta 2. Responsabilidade ambiental e a emergência da empresa verde 3. Sociedade e consciência ambiental 4. Educação ambiental e conservação da natureza 5. Consumo consciente e sustentável 6. Ecologia como segmento do mercado turístico 7. O turismo ecológico e a necessidade de conservação do meio ambiente 8. Turismo de natureza e impactos ambientais negativos 9. Modalidades de ecoturismo e turismo ambiental 10. Panorama do ecoturismo no Brasil
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS
<p>CUNHA, Licínio. Economia e Política do Turismo, edição n.º 3170, Editorial Verbo, Lisboa, 2006.</p> <p>BENI, Mário Carlos Análise Estrutural do Turismo São Paulo, Ed. SENAC Nacional, 2004.</p> <p>LINDENBERG, H. e HAWKINS, D. E. Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão. São Paulo, SENAC, 1995.</p> <p>PIRES, P. S. Dimensões do Ecoturismo. São Paulo, SENAC, 2002.</p> <p>ALBUQUERQUE, José de Lima. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social. São Paulo, Atlas, 2009.</p>

DISCIPLINA: COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE LUGARES
EMENTA DA DISCIPLINA
O Planejamento Estratégico com modelo de gestão organizacional: fundamentos, conceitos e estrutura; Adaptação do modelo de Planejamento Estratégico para a gestão de lugares e destinos; Visão clássica do turismo e visão sistêmica da movimentação turística como atividade complexa; Análise ambiental e diagnóstica da situação em turismo; Aplicação do modelo de Planejamento Estratégico e posicionamento de produtos e atrações em turismo; Comunicação integrada e ações de comunicação de marketing em turismo.
CONTEÚDO PORGRAMÁTICO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Objetivos e propostas conceituais do Planejamento Estratégico 2. Planejamento e gestão estratégica em turismo 3. Turismo como modelo clássico de negócios para destinos e lugares 4. Visão sistêmica e organização do turismo como atividade complexa 5. Organização do ambiente interno em turismo 6. Modelo de Planejamento Estratégico para lugares e destinos 7. Análise ambiental em turismo 8. Análise da situação e diagnóstico em lugares e destinos 9. Definição das estratégias e posicionamento de produtos turísticos 10. Ações de marketing para negócios turísticos 11. Comunicação integrada para públicos turísticos 12. Propaganda e marketing promocional em turismo
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COBRA, Marcos. Marketing de Turismo. São Paulo, Cobra, 2003.
 GOLDNER, C., RITCHIE, J. R. e Mcintosh, R. W. (2000). Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias. São Paulo: Bookman, 2000.
 KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
 KUMAR, Nirmalya. Marketing como estratégia. Rio de Janeiro, Elsevier, 2004.
 MIDDLETON, V. e CLARKE, J. Marketing de Turismo: Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

DISCIPLINA: GESTÃO DE EMPRESAS E LOCALIDADES TURÍSTICAS

EMENTA DA DISCIPLINA

Os conceitos de gestão de negócios, plano de negócios e estrutura organizacional; Gestão de negócios, viabilidade, inovação e possibilidades de alianças estratégicas; Os modelos de negócios aplicados às empresas hoteleiras e localidades turísticas; Estratégias de gestão e planejamento da cadeia de valor, logística de recursos e localização dos modelos de negócios em empresas e localidades turísticas; Segmentação de mercado e princípios de governança em negócios de hotelaria; Fundamentos de gestão financeira e contábil para empresas e localidades turísticas.

CONTEÚDO PORGRAMÁTICO

1. Gestão de negócios, conceitos, modelos e alternativas
2. Estrutura e organização do plano de negócios
3. Estrutura organizacional: processos, recursos e valor
4. Análise da viabilidade em plano de negócios
5. Gestão de negócios: inovação, pessoas e alianças estratégicas
6. Modelo de negócios em empresas turísticas
7. Segmentação, posicionamento e classificação de hotéis e hospedagens
8. Políticas de precificação e diferenciação na rede hoteleira
9. Gestão da cadeia de suprimentos em hotelaria
10. Logística de recursos e estratégias de localização em turismo
11. Princípios de governança em empresas e localidades turísticas
12. Finanças e conceitos fundamentais de contabilidade em turismo e hotelaria

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, L. A. Manual de Empreendedorismo e Gestão- fundamentos, estratégicas e dinâmicas. São Paulo, Atlas, 2003.
 DUARTE, Vladoir Vieira. Administração de Sistemas Hoteleiros. São Paulo, SENAC, 2005.
 BIAGIO, Luiz Arnaldo; BATOCCHIO, Antônio. Plano de Negócios: Estratégia para Micro e Pequenas Empresa, São Paulo, Manole, 2005.
 CAVALCANTI, Marly et. al. Gestão Estratégica de Negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação. São Paulo, Pioneira, 2001.
 COSTA, B. K. Análise estratégica na gestão de empresas hoteleiras: proposição de um modelo. Tese (doutorado), FEA USP, 1999.

DISCIPLINA: PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS TURÍSTICOS

EMENTA DA DISCIPLINA

Conceituação e fundamentos de planejamento e gestão de projetos; Estrutura organizacional, etapas e metodologia para gestão de projetos; Gestão de projetos e empreendedorismo na área pública e privada; Comunicação em projetos; Tipologia de projetos em turismo, Considerações temáticas, socioculturais e ambientais em projetos turísticos; Viabilidade econômico-financeira, captação de recursos e fontes de incentivo e financiamento para projetos turísticos.

CONTEÚDO PORGRAMÁTICO

1. Fundamentos de planejamento e gestão de projetos
2. Escopo e dimensionamento em gestão de projetos
3. Gestão do tempo, prazos, custos e riscos
4. Gestão de pessoas e qualidade em projetos
5. Conceito de Stakeholders e gestão da comunicação em projetos
6. Projetos públicos e privados, características e objetivos
7. Gestão de projetos e empreendedorismo na área turística
8. Tipologia de programas e projetos turísticos
9. Projetos turísticos temáticos
10. Projetos turísticos e patrimônio cultural
11. Políticas públicas para turismo e lazer
12. Captação de recursos, financiamento e incentivos para projetos turísticos
13. Modelo de projeto turístico e formato básico para apresentação ao setor público

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENI, Mário Carlos. Análise Estrutural do Turismo - São Paulo, Ed. SENAC Nacional, 2004.
 CLEMENTES, James P. Gestão de Projetos. São Paulo, Thomson Learning, 2007.
 CUNHA, Licínio. Economia e Política do Turismo, edição n.º 3170, Editorial Verbo, Lisboa, 2006.
 FERNANDES, Ivan Pereira; COELHO, Márcio Ferreira. Economia de Turismo. Rio de Janeiro, Campus, 2011.
 PETROCCHI, Mário. Turismo: Planejamento e Gestão. São Paulo, Pearson/Prentice Hall, 2009.

DISCIPLINA: METODOLOGIA DA PESQUISA

EMENTA DA DISCIPLINA

Conhecimento, saber e construção da ciência; Histórico do conhecimento científico; Conceito, método e técnicas de pesquisa; Artigos científicos, resenha crítica e monografias; Organização e elaboração de monografias; Organização da apresentação e edição do trabalho; Ensino superior e conhecimento; Requisitos para a aprendizagem; facilitadores; Avaliação e processos de avaliação.

CONTEÚDO PORGRAMÁTICO

1. Conhecimento, saber e construção da ciência
 - 1.1. Conhecimento empírico, científico, filosófico e teológico
 - 1.2. Conhecimento e postura científica
 - 1.3. Limites da ciência
2. Histórico do conhecimento científico
 - 2.1. Breve histórico do conhecimento científico
 - 2.2. Revolução científica e construção do método
 - 2.3. Ciência e tecnologia
3. Conceito, método e técnicas de pesquisa
 - 3.1. Pesquisa bibliográfica
 - 3.2. Pesquisa experimental
 - 3.3. Pesquisa descritiva e pesquisa qualitativa
4. Trabalhos científicos
 - 4.1. Artigos científicos
 - 4.2. Resenha crítica
 - 4.3. Monografias
5. Diretrizes para elaboração de uma monografia
 - 5.1. Delimitação do tema e problematização

- 5.2.Exposição de objetivos e justificativas
- 5.3.Elaboração da hipótese e coleta de dados

6. Organização da apresentação e edição do trabalho: fase 1

- 6.1.Estrutura do texto
- 6.2.Elementos pré-textuais
- 6.3.Elementos textuais

7. Organização da apresentação e edição do trabalho: fase 2

- 7.1.Elementos pós-textuais
- 7.2.Características do texto
- 7.3.Citações e notas

8. Ensino superior e conhecimento

- 8.1.Conhecimento e aprendizagem
- 8.2.A universidade e a difusão do conhecimento
- 8.3.Teorias da aprendizagem

9. Organização do conhecimento

- 9.1.Estrutura do ensino superior
- 9.2.Programas de ensino
- 9.3.O papel do professor

10. Pressupostos da aprendizagem

- 10.1.Inteligência, comunicação e interatividade
- 10.2.Capacidades cognitivas
- 10.3.Habilidades afetivas

11. Metodologia do ensino e facilitadores

- 11.1.Planejamento e planos de ensino
- 11.2.Procedimentos metodológicos
- 11.3.Novas tecnologias e aprendizagem

12. Avaliação e processos de avaliação

- 12.1.Processos para avaliação
- 12.2.Desenvolvimento dos processos de avaliação
- 12.3.Instrumentos de avaliação

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos da metodologia da pesquisa. São Paulo, Atlas, 2005.
- SEVERINO, Antônio Joaquim. Metodologia do trabalho científico. São Paulo: Cortez, 2004.
- BASTOS, Lilia da Rocha et al. Manual para elaboração de projetos e relatórios de pesquisas, teses, dissertações e monografias. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2000.
- BARROS, A. P. de e LEHFELD, N. A de S. Fundamentos de metodologia. Um guia para a iniciação científica. São Paulo, McGraw-Hill do Brasil, 1986.
- GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 1994.