



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E
MUCURI
PRÓ-REITORIA DE GESTÃO DE PESSOAS



INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS QUE REGULAMENTAM O PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO – EDITAL XX/2017

UNIDADE: FACULDADE INTERDISCIPLINAR EM HUMANIDADES
CURSO: TURISMO

Transportes Turísticos

Conteúdo programático:

1. Evolução histórica dos diferentes modais de transportes no Brasil e no mundo.
2. Uso dos modais de transporte no Turismo e análise crítica da intermodalidade dos transportes turísticos.
3. Transporte aéreo; Transporte ferroviário; Transporte rodoviário;
4. Transporte aquaviário.

Bibliografia:

BRAGA, D. C. (org). Agências de Viagens e Turismo: práticas de mercado. São Paulo: Campus, 2008.
PALHARES, G.L. Transporte aéreo e turismo: gerando desenvolvimento socioeconômico. São Paulo: Aleph, 2001.
PALHARES, G. L. Transportes Turísticos. São Paulo: Aleph, 2002.
RONÁ, R.D. Transportes no Turismo. São Paulo: Manole, 2002.

Projetos Turísticos e Políticas Públicas

Conteúdo programático:

1. Conceitos de planejamento e projeto.
2. Origem e classificação de projetos turísticos.
3. Elaboração de projetos turísticos. Linhas de financiamento.
4. Aspectos legais e aspectos do meio ambiente. Gerenciamento de projetos turísticos.
5. As interfaces entre políticas turísticas e políticas de desenvolvimento.
6. Âmbitos e competências de criação de políticas.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E
MUCURI
PRÓ-REITORIA DE GESTÃO DE PESSOAS



7. Políticas de cultura, meio ambiente e lazer e suas aplicações ao turismo.
8. Análise das políticas públicas de turismo implementadas no Brasil com especial ênfase na Política Nacional de Turismo, no PNMT e na Regionalização.
9. Política estadual e regional de turismo.

Bibliografia:

- BARRETTO, M. Planejamento responsável do turismo. Campinas: Papyrus, 2005.
- BENI, M.C. Política e Planejamento de Turismo no Brasil. São Paulo: Aleph, 2006.
- BOULLON, R. Planejamento do espaço turístico. Bauru: Edusc, 2002. ALHARES, G.L. Transporte aéreo e turismo: gerando desenvolvimento socioeconômico. São Paulo: Aleph, 2001.
- BRAGA, D.C. Planejamento Turístico: Teoria e Prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- DIAS, R. Planejamento do Turismo: Política e Desenvolvimento do Turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.
- MEREDITH, J.R.; MANTEL Jr., SAMUEL, J.. Administração de projetos: uma abordagem gerencial. 4.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.
- MOLINA, S.; RODRIGUEZ, S. Planejamento Integral do Turismo. EDUSC, 2001.
- RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. (org.). Planejamento Turístico. Barueri: Manole, 2006.
- RUSCHMANN, D. Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papyrus, 1997.
- SILVA NETO, A.L. Tópicos especiais em avaliação financeira de projetos. Viçosa, MG: UFV, 1998. 23 p. il. (Cadernos Didáticos, n.47).

Gestão de Agências de Turismo

Conteúdo programático:

1. Posicionamento do setor de viagens na economia do turismo.
2. Evolução histórica das agências de Turismo.
3. Estrutura, organização; funcionamento e interface com os diversos fornecedores de serviços turísticos.
4. Novas tecnologias no mercado de viagens e turismo.
5. Planejamento, precificação e comercialização de pacotes turísticos.
6. Agência de turismo e desenvolvimento sustentável do turismo.

Bibliografia:

- BRAGA, D. C. (org). Agências de Viagens e Turismo: práticas de mercado. São Paulo: Campus, 2008.
- PALHARES, G. L. Transportes Turísticos. São Paulo: Aleph, 2002.
- PETROCCHI, M; BONA, A. Agências de Turismo: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 2003.
- RONÁ, R.D. Transportes no Turismo. São Paulo: Manole, 2002.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E
MUCURI
PRÓ-REITORIA DE GESTÃO DE PESSOAS



TOMELIN, C.A. Mercado de Agências de Viagens e Turismo: como competir diante das novas tecnologias. São Paulo: Aleph, 2001.

Marketing

Conteúdo programático:

1. Conceitos, evolução e etapas do marketing.
2. O marketing e o sistema de turismo: destinos e produtos. O estudo da demanda turística e o marketing.
3. O sistema de informação em marketing (SIM) e a tomada de decisão estratégica. A segmentação de mercados em turismo.
4. Estratégias mercadológicas e suas aplicações para destinos e produtos. O composto de marketing em turismo.
5. Produto versus promoção no desenvolvimento de destinos. Preço e distribuição como variáveis mercadológicas.
6. O composto promocional em turismo. Indicadores de controle em marketing. Conceitos e evolução do marketing.
7. Características do marketing de serviços. Etapas do marketing. Ambientes de marketing e o Sistema de Informação em marketing.
8. Estratégias de marketing e o desenvolvimento de produto, preço, distribuição e promoção em marketing

Bibliografia

- ANSARAH, M.G.R.; PANOSSO NETTO, A. Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Atlas Editora, 2008.
- BALANZÁ, I. M.; NADAL, M. C. Marketing e comercialização de produtos turísticos. São Paulo: Thomson Learning, 2003.
- BIGNANI, R. A imagem do turismo no Brasil: construção, desafios e vantagem competitiva. São Paulo: Aleph, 2002.
- CHIAS, J. Turismo: o negócio da felicidade ? desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Ed. Senac SP, 2007.
- KOTLER, P. Administração de marketing. São Paulo: Atlas. 2000. PETROCCHI, M. Marketing para destinos turísticos: planejamento e gestão. São Paulo: Editora Futura, 2004. RUSCHMANN, D.V.M. Marketing turístico: um enfoque promocional. Rio de Janeiro: Papyrus, 1998. SWARBROOKE, J. Turismo sustentável: gestão e marketing. São Paulo: Aleph, 2000. 2ª ed.