



INSTRUÇÕES ESPECÍFICAS QUE REGULAMENTAM O PROCESSO SELETIVO SIMPLIFICADO – EDITAL 215/2014

UNIDADE: FACULDADE INTERDISCIPLINAR EM HUMANIDADES

CURSO: BACHARELADO EM TURISMO

DISCIPLINAS: Marketing de Destinos e Produtos; Planejamento e Gestão de Empresas Turísticas; Projetos Turísticos e Introdução ao Marketing.

REGIME DE TRABALHO: 40 (quarenta) horas semanais

1. DA TITULAÇÃO

Graduação em Turismo

2. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO E BIBLIOGRAFIA:

- **Marketing de Destinos e Produtos Turísticos**

1. Conteúdo programático:

- Conceitos, evolução e etapas do marketing turístico.
- A segmentação de mercados em turismo. Estratégias mercadológicas e suas aplicações para destinos e produtos.
- O composto de marketing em turismo e indicadores de controle em marketing.

2. 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.

- **Planejamento e Gestão de Empresas Turísticas**

1. Conteúdo Programático:

- Teorias administrativas e os modelos de gestão. Conceito, tipos e processo de empresas turísticas.
- Participação das empresas turísticas no desenvolvimento de uma localidade.
- Planejamento estratégico e gestão empreendedora em empresas turísticas.

2. Bibliografia



CERTO, S.C. *et al.*. Administração estratégica: planejamento e implantação de estratégias. [Tradução e adaptação: Reynaldo Cavalheiro Marcondes e Ana Maria Roux Cesar]. 3. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.

CHIAVENATO, I. Iniciação à Administração Geral. 2ª Edição. São Paulo: Makron Books, 1994.

_____. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio. 3. ed., rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2008.

LUCHIARI, M.T. (org.). Olhares contemporâneos sobre o turismo. Campinas: Papirus, 2000.

MAXIMIANO, A.C.A. Introdução à administração. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PETROCCHI, M. Turismo Planejamento e Gestão. 3ª Edição. Futura, 2000.

REJOWSKI, M.; COSTA, B.K.(org.). Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003.

ORGANIZACAO MUNDIAL DO TURISMO. Educando os educadores em Turismo. São Paulo: Roca, 2001.

TRIGO, L. G. G. A importância da educação para o turismo. In: LAGE, B.H.G.MILONE, P.C. (org.). Turismo: Teoria e Prática. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

- **Projetos Turísticos**

1. **Conteúdo programático:**

- Origem, classificação e conceituação de projetos turísticos.
- Etapas de elaboração de projetos turísticos; linhas de financiamento e gerenciamento de projetos turísticos.
- Aspectos legais e aspectos do meio ambiente.

2. **Bibliografia:**

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.

SILVA NETO, A.L. Tópicos especiais em avaliação financeira de projetos. Viçosa, MG: UFV, 1998. 23 p. il. (Cadernos Didáticos, n.47).

- **Introdução ao Marketing**

1. **Conteúdo Programático**

- Conceitos e evolução do marketing. Características do marketing de serviços.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI
DIAMANTINA – MINAS GERAIS

www.ufvjm.edu.br



- Etapas do marketing. Ambientes de marketing e o Sistema de Informação em marketing.
- Estratégias de marketing e o desenvolvimento de produto, preço, distribuição e promoção em marketing.

2. Bibliografia

GRÖNROOS, C. Marketing: gerenciamento e serviços. Rio de Janeiro: Campus, 2009. 3ª ed.

KOTLER, P. Administração de marketing. São Paulo: Atlas. 2000.

LAS CASAS, A. L. Marketing de serviços. São Paulo: Atlas, 2007.

MADIA DE SOUZA, F. A. O grande livro do marketing. São Paulo: M. Books, 2007.