UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES | CCHLA
Departamento de Comunicação Social e Turismo | DECOMTUR
Campus I – Cidade Universitária – CEP.: 58.059-900
Fone: +55 021 83 3216.7747

PROJETO POLÍTICO PEDAGÓGICO DO CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO

Reitor: Rômulo Polari

Vice-Reitora: Yara Matos

Diretoria de Centro: Professor Ariosvaldo Diniz, Dr.
Chefia de Departamento: Professor João de Lima Gomes, Dr.

Professores envolvidos:

André Luiz Piva de Carvalho, Dr.

Adriana Brambilla, Msc.

Esdras Matheus Matias, Msc. – Coordenador do Curso e Presidente da Comissão

Rosalma Diniz Araújo, Msc.

Zulmira Silva Nóbrega, Dra.

Representantes discentes:

Samara Farias Martins – Matrícula 10813928

Walter Allysson da Silva Wanderley – Matrícula 10823536

Zanine de Albuquerque Tomé – Matrícula 10513812

Funcionários representantes:

Maria Madalena Xavier Barbosa
Gizélia de Araújo Lemos

João Pessoa, Maio de 2011

CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO

Identificação: Curso de Turismo

Modalidade: Bacharelado

Turno: NOTURNO

Vagas: 35 (Trinta e cinco) por entrada, sendo duas por ano.

Regime Acadêmico: créditos

Tempo para integralização curricular

- **Diurno**
  Mínimo: 07 (sete) períodos letivos;
  Máximo: 12 (doze) períodos letivos.
- **Noturno**
  Mínimo: 08 (nove) períodos letivos;
  Máximo: 12(doze) períodos letivos.

Limite de Créditos por Período Letivo

- **Diurno**
  Máximo: 24 (vinte e quatro) créditos.
  Mínimo: 12 (doze) créditos.
- **Noturno:**
  Máximo: 20 (vinte) créditos.
  Mínimo: 12 (doze) créditos.

Carga Horária Total

- 2.700horas – 180 créditos

Base Legal:

- LDB 9394/96;
- Resolução nº. 34/2004 do CONSEPE/UFPB.
- Resolução 13 de 24 de Novembro de 2006, do Ministério da Educação, que institui as diretrizes curriculares nacionais do curso de graduação em Turismo.
- Resolução 45/2010 do CONSEPE

“Um homem precisa viajar. Por sua conta, não por meio de histórias, imagens, livros ou TV. Precisa viajar por si, com seus olhos e pés, para entender o que é seu. Para um dia plantar as suas próprias árvores e dar-lhes valor. Conhecer o frio para desfrutar calor. E o oposto. Sentir a distância e o desabrigo para estar bem sob o próprio teto. Um homem precisa viajar para lugares que não conhece para quebrar essa arrogância que nos faz ver o mundo como o imaginamos, e não simplesmente como é ou pode ser; que nos faz professores e doutores do que não vimos, quando deveríamos ser alunos e simplesmente ir ver”

Amyr Klink

S U M Á R I O

1 APRESENTAÇÃO.....05

2 CONTEXTUALIZAÇÃO..... 06

3 MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO 07

4 JUSTIFICATIVA.....08
4. 1 OBJETIVOS DO CURSO..... 12

5 PERFIL PROFISSIONAL DO PROFISSIONAL A SER FORMADO PELA UFPB 13
5.1 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES.....14
5.2. CAMPO DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE TURISMO.....16

6. DA SISTEMÁTICA DE CONCRETIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DO PPC DO CURSO 16

7.COMPOSIÇÃO CURRICULAR 19
7.1. COMPOSIÇÃO CURRICULAR DOS CONTEÚDOS BÁSICOS PROFISSIONAIS..... 24
7.2 ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM TURISMO 30
7.3 COMPOSIÇÃO CURRICULAR DOS CONTEÚDOS COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIOS 31
7.4 COMPOSIÇÃO CURRICULAR DOS CONTEÚDOS FLEXÍVEIS 36
7.5 COMPOSIÇÃO CURRICULAR DOS CONTEÚDOS OPTATIVOS 37

ANEXOS 44
CERTIDÕES
LDB 9394/96
Resolução nº 34/2004 do CONSEPE/UFPB
Resolução nº 13 , de17 de Novembro de 2006 do Ministério da Educação que institui as Diretrizes curriculares nacionais para os cursos de Graduação em Turismo
Resolução nº 45/2010 do CONSEPE/UFPB

1.APRESENTAÇÃO

O projeto inovador do curso de Turismo foi criado pela comissão constituída pelos professores André Luiz Piva de Carvalho, Wilfredo Maldonado, Sandra Moura e Maria Auxiliadora Lira de Sousa, em 08 de maio de 1997. Na época o objetivo da criação do curso era "Investir na capacitação e na habilitação de profissionais para o exercício das atividades de planejamento e organização do turismo e marketing promocional, buscando o implemento de atividade turística, em especial na Paraíba, baseado na sustentabilidade ecológica, sócio-cultural e econômica, de forma competente e responsável". O curso de graduação em turismo da Universidade Federal da Paraíba (com duas habilitações) foi autorizado para funcionamento pela Resolução 09 do CONSUNI em 09 de Julho de 1997, sua estrutura curricular aprovada pela Resolução 03 do CONSEPE de 07 de fevereiro de 1998 e reconhecido em 30 de dezembro de 2002.

O surgimento do curso de Bacharelado em Turismo da UFPB deu-se para atender aos interesses de avanço sócio-econômico da região, assumindo o papel de um fórum de integração dos estudos e pesquisas acadêmicos e científicos de diversos departamentos da própria Universidade e dos projetos e atividades de todos os segmentos da comunidade, interessados no desenvolvimento turístico regional, além de oferecer aos jovens da região a oportunidade de graduação numa área bastante promissora da economia, com mercado de trabalho local, regional e mundial em contínua e franca ascensão.

Atendendo às aspirações da comunidade, mas também às premissas técnicas e científicas que justificam a existência de qualquer curso de graduação numa universidade pública, a UFPB já há algum tempo, inclusive em períodos anteriores à criação do curso, fato ocorrido em 1998, desenvolvia estudos para a implantação de novos cursos de graduação, principalmente para funcionar no período noturno, atendendo à reivindicação do Ministério da Educação e Cultura, de acordo com sua política de oferecer estudo de terceiro grau gratuito a alunos que necessitam trabalhar durante o dia.

Entre as graduações propostas, a de turismo foi uma das que encontrou maior respaldo científico acadêmico, graças ao projeto do Departamento de Comunicação e Turismo que desde 1995 (na época apenas Departamento de Comunicação) do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, já trabalhava para ter seu curso de turismo, contando com a cooperação de outros departamentos da Instituição, como o de Ciências Sociais, História, Geografia, Sistemática e Ecologia, Economia, Administração, dentre outros, que pesquisavam a matéria correlacionada às suas áreas de conhecimento. Portanto, a criação do curso no Departamento de Comunicação, em 1998, na forma de bacharelado com estrutura curricular multidisciplinar, devidamente legitimado junto aos diversos departamentos da Instituição que desenvolviam estudos do turismo, como também àqueles que iriam ministrar disciplinas no curso, atendeu devidamente aos processos pedagógicos e administrativos comumente adotados pela UFPB.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO

O Brasil tem passado por um momento propício para o desenvolvimento do turismo. A proximidade da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas do Rio de Janeiro em 2016 são dois mega eventos determinantes para a atividade. Nesse contexto o governo assume um papel estratégico na criação de políticas, fomento da atividade e capacitação dos profissionais que lidarão com os visitantes nos próximos anos. Tanto o Ministério do Turismo como a EMBRATUR são responsáveis pelo planejamento, gestão, marketing, logística de transporte, regionalização do turismo, infra-estrutura pública, qualificação dos equipamentos e serviços turísticos, além de programas e ações que visem sua sustentabilidade como o Projeto contra exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo. A missão do Ministério do Turismo é "Desenvolver o turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social. O Ministério do Turismo inova na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico". (www.turismo.gov.br). Evidentemente que a esfera pública isoladamente não é capaz de lidar com a demanda proporcionada pelo turismo. A perspectiva do crescimento do turismo necessitará um investimento considerável na capacitação de mão de obra pela iniciativa privada e interação com as comunidades locais. "O governo federal estima que os Jogos Olímpicos gerarão 51 bilhões de dólares em negócios até 2016 e 15.000 empregos permanentes no Rio de Janeiro e a hotelaria deverá ganhar mais de 15.000 apartamentos" (Revista Exame, 20 de outubro de 2010,p.54-55).

A Copa do Mundo e as Olimpíadas têm mobilizado não somente as 12 cidades-sede (Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre, Salvador, Recife, Natal, Fortaleza, Manaus e Cuiabá), mas também as candidatas a sub-sede, que se encontram próximas destes destinos, como é o caso de João Pessoa (PB). Segundo a jornalista Camilla Veras Mota em reportagem da Revista Viagem & Turismo (Novembro de 2010, p.82-83) "Estima-se que em 2014 haverá 6 milhões de desembarques a mais que os atuais 130 milhões" de acordo com a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC). Essa projeção tiraria o Brasil da posição de 43ª destino mais visitado no mundo para o patamar de 23ª, esperando receber 8 milhões de visitantes anuais.

Os projetos de infra-estrutura, melhorias no setor de transporte e aumento da capacidade da rede hoteleira, têm movimentado os Estados e as cidades com projeção de receber as seleções de futebol para 2014. Segundo a jornalista Luciene Antunes em recente reportagem da Revista Exame "João Pessoa, a capital paraibana, que não é sede de grupo, desenvolve projetos de adaptação das instalações esportivas e de infra-estrutura turística e é uma das cidades mais cotadas do Nordeste" (03 de Novembro de 2010, p.50-54).

Evidentemente que a euforia que rege a atividade turística, não deve desmerecer o planejamento, o envolvimento do *trade* e dos moradores em sua implementação. Todas as benesses advindas da atividade podem gerar impactos positivos em curto prazo, mas mal gerida, a atividade pode comprometer o bem estar das localidades e impulsionar a violência, o abismo social e a alavancagem do custo de vida.

3.MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Em termos gerais, o Turismo é uma atividade de deslocamento. Toda a cadeia produtiva do turismo, que envolve organizações públicas e privadas, lida com a questão do deslocamento. O ato de ir e vir e seus desdobramentos, conseqüências e impactos, retrata a atividade turística.

A evolução dos meios de transporte, dos meios de hospedagem e das comunicações, intensificou a atividade turística no mundo. Viajar deixou de ser privilégio de aristocratas (Século XVII) e popularizou-se (Século XXI). O ir e vir ganhou novo contexto e rapidez e o turismo possibilitou oportunidades e intersecção com pelo menos 52 setores da economia.

O Curso de Turismo da UFPB pretende associar-se a outras áreas do conhecimento desenvolvidas na instituição e, assim, possibilitar a efetiva interface entre os cursos oferecidos pela UFPB e por outras instituições Afinal, a organização social e econômica da sociedade e os aspectos culturais e tecnológicos em que está inserido o curso de Turismo apresentam variáveis que orientam para uma nova forma de disseminação de conhecimento, aprendizado e atuação: as parcerias, o empreendedorismo e a inovação no contexto da hospitalidade.

A filosofia do curso de Turismo fundamenta-se no conceito de que turismo afeta toda a sociedade, visto que lida com dois públicos bem distintos – o visitante e o autóctone. A partir desse entendimento, de relações recíprocas e imensuráveis, a atividade atua como um meio de transformar lazer, entretenimento, diversão, em negócios de hospitalidade. Hospitalidade origina-se do radical latino *hospes,tis* "aquele que recebe o estrangeiro"(hostis); aquele que é recebido. (Houssais & Villar, citados por LOHMANN & PANOSSO NETO, 2010,p.67).

O Curso oferece ao aluno uma fundamentação teórica sólida que tem por objetivo compreender o lugar do Turismo, assim como o de seus profissionais no mundo contemporâneo. Nesse sentido, o curso desenvolve atividades teórico-práticas, o que proporciona ao aluno condições para atuar na sua área de interesse, enfatizando estudos nas áreas de meio ambiente e desenvolvimento, patrimônio histórico-cultural, zoneamento turístico, recreação, alimentos & bebidas, hospedagem, eventos, políticas públicas, legislação turística, planejamento turístico, marketing turístico e gestão de empresas turísticas.

O curso coloca ainda à disposição dos alunos infra-estrutura de laboratórios do Departamento de Comunicação Social e Turismo, além de professores qualificados e habilitados. Sintetizado com as diretrizes curriculares do MEC, o curso de Turismo oferece além de atividades em sala de aula outras, complementares, que reforçam um conjunto de possibilidades de aprendizagem e geração de conhecimento.

4. JUSTIFICATIVA

O turismo é uma atividade mutante, interdisciplinar e dependente de uma cadeia produtiva na concretização dos seus serviços. A atuação do turismo requer uma visão ambiental criteriosa, visto que o profissional de turismo precisar lidar com diferentes aspectos do ambiente e seus impactos. O objeto do estudo do Turismo é a análise de fenômenos complexos, cuja influência se estende direta ou indiretamente a diversas localidades, regiões e países, através da interação autóctone – visitante. O turismo é visto sempre como uma solução econômica, mas seu estudo requer um aprofundamento de questões que permeiam os impactos sociais e ambientais, requerendo entendimento dos aspectos relacionados à globalização, integrações regionais, estabelecimento de empreendimentos de grande porte, cooperações regionais, interferências culturais, violência, segurança pública, deslocamentos e desenvolvimento sustentável, dentre outras questões.

Agora, diante do desafio de apresentar um novo projeto político-pedagógico para o curso de graduação em turismo da UFPB, continuando a atender aos princípios básicos da Instituição, de contribuir da forma mais eficaz possível para o desenvolvimento regional, propomos o seguinte projeto:

Direcionamos nosso curso de graduação em turismo para trabalhar com esta área do conhecimento em toda sua amplitude, preconizando para a atividade tanto as viagens (o ato de ir e vir) e a adequação dos equipamentos e serviços turísticos (agências de viagens, transportes, meios de hospedagem, alimentação & bebidas, parques, museus, atividades ecoturísticas, de turismo esportivo, aventura, eventos, dentre outros), atendendo a todos os segmentos do setor, com especial atenção ao papel e participação da comunidade dos núcleos receptores (destinos turísticos) em geral, face sua participação nos processos de desenvolvimento do turismo, e à defesa do ambiente natural.

Nesse sentido, consideramos que os fenômenos turísticos, envolvendo cultura, lazer, aventura, entretenimento e realização de fantasias de determinada localidade, não devem ser vivenciadas apenas pelo turista, mas também pela comunidade autóctone, que ainda deve ter o turismo como fonte geradora de empregos e riquezas.

Juntando os aspectos sociais e econômicos do turismo, o estudo de nosso curso de graduação, no âmbito geral, deve contemplar a formação teórica baseada na interdisciplinaridade de diversas correntes do pensamento turístico como objeto de profundas reflexões sobre o fenômeno, em inter-relações geográficas, sociais, educacionais, éticas, culturais e econômicas, em questões de planejamento, execução, gerenciamento, produção, distribuição, lazer e comercialização, sempre procurando pela maximização dos efeitos positivos, tais como progresso tecnológico, avanço econômico com geração de emprego e renda, fomento ao empreendedorismo, modernização, boa estrutura urbana, entre outros benefícios, como também pela minoração dos prováveis efeitos negativos que o turismo produz sobre as sociedades, podendo ocorrer a aculturação, aceleração do consumo, criminalidade, perda de identidade local, exclusão social etc, e sobre o ambiente natural, como a alteração das paisagens e degradação ambiental.

Acreditamos que a oferta do turismo no país, com a criação de novos pólos, face à competitividade no setor, exige do destino turístico uma definição de políticas integradas que contemplem propaganda, infra-estrutura e treinamento de pessoal, para atender com qualidade aos diversos setores da atividade, inclusive de sua rede de serviços de apoio, sempre com extensão para programas de envolvimento e participação da comunidade. Com esse intuito de atualização e percebendo a demanda crescente pela atividade, o novo projeto político pedagógico tem sua força na vertente do empreendedorismo e gestão de empresas turísticas. Empresas de alimentação e bebidas, de transporte, de agenciamento, de promoção turística, consultorias, de hospedagem, órgãos públicos e terceiro setor, necessitam de uma formação específica de pessoal para gerenciar essas organizações e entender a relação delas com as questões econômicas, políticas, sociais, culturais e ambientais da região.

Nos últimos anos, nos diversos setores do estado da Paraíba, as referências ao turismo fizeram-se presentes, ora louvando a eleição da atividade como possível redentora da economia de várias de suas regiões, ora clamando por um projeto de desenvolvimento cujas ações sejam voltadas para o incremento do turismo sustentável como forma de evitar grandes impactos que venham a inviabilizar a própria atividade e degradar a qualidade de vida dos habitantes locais.

Empiricamente os estudiosos do turismo têm observado a forma como a atividade vem sendo implementada em diversas regiões do país resultando em características de turismo predatório, apresentando índices de degradação no meio-ambiente e exclusão de atores sociais de práticas tradicionais (pescadores, lavradores, tiradores de coco, pequenos comerciantes, entre outros) e da cultura de baixa renda. O desgaste da natureza e a desvalorização da cultura nativa podem ser o resultado de um planejamento mal realizado e de ações de forma precipitada. Projetos de desenvolvimento turístico, com a instalação de equipamentos que alteram a paisagem natural, sem avaliação constante da relação entre benefícios e prejuízos, desembocam sempre em danos irrecuperáveis para a ecologia e a cultura, bloqueando a sustentação turística do lugar.

Os riscos de um desenvolvimento turístico mal planejado e a aspiração generalizada da comunidade, creditando ao turismo uma das principais soluções para o avanço sócio-econômico do Estado, naturalmente exigem que a Universidade Federal da Paraíba, no cumprimento de seu dever e papel histórico-social social de atender aos anseios da sociedade que indiretamente a mantém, ofereça, com seu curso de turismo, elementos mais capazes para planejamentos, pesquisas e análises sobre a realidade dos componentes da atividade, do seu potencial como fenômeno e como oferta.

Portanto, conscientes que nos últimos anos, o turismo emergiu como promissor campo de estudos em círculos acadêmicos dos principais centros de ensino internacionais, procuramos acompanhar o processo de forma mais dinâmica possível. Envolvemos em nossas pesquisas e no presente projeto político-pedagógico, a composição de diversas disciplinas de variadas áreas do conhecimento, utilizando enormemente o caráter multi e interdisciplinar do estudo do turismo que induz a adoção de procedimentos metodológicos que se apóiam tanto em bases conceituais como em modelos descritivos e estatísticos. Por isso, o curso de turismo da UFPB utiliza o trabalho docente e a produção acadêmica de outros cursos da Instituição, como comunicação social, administração de empresas, ciências sociais, letras, economia, geografia, história, informática, ecologia, entre outros.

Em relação ao profissional que estamos preparando, nossa preocupação é a de dotar nossos alunos de uma formação em nível superior com embasamento técnico para trabalhar em planejamento, organização e execução das mais diversas atividades do setor, proporcionando-lhe ainda, através do estudo teórico, reflexivo e crítico, uma profunda consciência social, crítica e cidadã, tornando-o um eficaz agente em defesa da preservação do meio-ambiente e da cultura local, resistindo às ameaças de degradação de patrimônios ecológicos, históricos e culturais por empresas que, na ânsia da exploração turística (econômica), não se preocupariam em evitar a destruição das riquezas naturais e culturais.

Assim, nos preocupamos com as possibilidades da adequação contínua de resultados à dinâmica da realidade, acreditando que a capacidade de inovação encontra-se em razão direta com a acumulação permanente de conhecimentos, habilidades e profissionalismo. Se a inovação tecnológica concretiza-se no interior das empresas, os recursos qualificados são gerados em relação estreita com instituições de ensino e pesquisa, significando a diferença entre o conhecimento e o aperfeiçoamento acadêmico, e a formação profissionalizante, puramente técnica.

Em síntese, nosso curso de turismo preparar-se-á, continuamente, para entender a realidade e atender às expectativas da comunidade face ao dinamismo dos fenômenos turísticos, assumindo seu papel histórico-social de também ser um "Núcleo de Estudos Integrados de Ensino e Pesquisas do Turismo do Estado da Paraíba".Entendemos o turismo como uma atividade de utilização intensa de capital humano, por isso somente o ensino e a especialização podem responder aos desafios que o setor enfrenta, particularmente no que diz respeito às mudanças tecnológicas e as transformações da atualidade.

Diante do reconhecido dinamismo do setor turístico, nosso curso procurará cada vez mais proporcionar uma consciência crítica aos alunos, desenvolvendo o espírito de aprender e de ser criticamente funcional, frente às novas situações que continuamente acontecem no setor turístico, sempre intensamente dinâmico. O processo de formação acadêmica procura investir no treinamento de técnicas acompanhado de forte conteúdo humanista que possibilite ao profissional aprender a trabalhar com conceitos, categorias e sistemas políticos, econômicos, sociológicos entre outros, procurando tratar com um grande número de dados no seu cotidiano, contatar pessoas, se relacionar com as mais discrepantes realidades, seja no escritório, em atividade de pesquisa, em viagens de lazer ou de trabalho.

Do ponto de vista eminentemente acadêmico, o curso de turismo da Universidade Federal da Paraíba, guiando-se no fato que o turismo se relaciona com a maioria das ações ligadas aos aspectos econômicos, sociais, culturais, ambientais, políticos, tecnológicos, legais entre outros, abre um leque de relações com uma gama de disciplinas, contribuindo para uma visão multidisciplinar, com interfaces alcançadas pela integração, tanto vertical quanto horizontal, dos conteúdos das disciplinas que compõem o currículo do curso.

Diante da liberdade proporcionada pelas novas diretrizes curriculares do MEC, dotamos nosso curso de uma estrutura curricular bastante flexível. A valorização dos estudos teóricos, que proporcionam o embasamento cultural do aluno e formam sua "consciência cidadã", foi pensada de forma a não embotar a junção entre a teoria e a prática. Se a formação do profissional requer estudos teóricos inter e multidisciplinares, a prática também é

indispensável face às diversas tarefas executivas desenvolvidas no turismo. Uma adequada formação na área profissional pode ser alcançada com a utilização de mecanismos que permitam o intercâmbio interno entre corpo docente e discente, pesquisadores e, externamente, com instituições da rede de convênios de instituições públicas e empresas da área turística, de forma que os estágios funcionem como fontes de alimentação para o estudo acadêmico teórico e prático: questões para análise, reflexão e o exercício da intervenção.

O profissional de turismo encontra uma ampla área de atuação em diversos setores, sendo-lhe exigido, sobretudo espírito empreendedor, consciência ética e alta competência profissional. Pode, portanto, trabalhar em segmentos do mercado tais como: hospedagem (empresas relacionadas à acomodação em geral e com diversas categorias: hotelaria, motéis, camping, pousadas, albergues, colônia de férias etc); alimentação & bebidas (restaurantes, bares e similares); transportes (aéreos, marítimos, terrestres, fluviais, ferroviários); lazer (atividades de animação e recreação, clubes, parques temáticos, eventos, empresas de entretenimento); agências (cruzeiros marítimos e fluviais, excursões terrestres e ferroviárias); magistério (cursos técnicos de segundo grau, graduação, extensão universitária, cursos livres); consultoria (atuação em pesquisa e inventário de município e regiões turísticas, empresas de turismo em geral, instituições de fomento ao turismo); instituições públicas (atuação em planejamento e em programas estabelecidos por políticas de turismo, cujas deliberações e decisões dependem do parecer técnico do profissional em turismo); instituições culturais; geração de bancos de dados para o turismo; intérprete para turistas estrangeiros; marketing turístico; planejamento, execução, administração e gerenciamento de projetos e empresas turísticas; entre outras.

Para atender às expectativas de formação de recursos humanos, de criação de um grupo integrado de professores e pesquisadores que possam dar embasamento para o pensar, o fazer e o avaliar do setor turístico no Estado a Universidade Federal da Paraíba implantou seu Curso de Graduação em Turismo com duas habilitações: 1- Planejamento e Organização do Turismo; 2 - Marketing Turístico, consciente que tal iniciativa era imprescindível para o cumprimento de seu papel histórico e social, correspondendo às necessidades e expectativas da sociedade que a mantém. Entretanto, diante da constatação prática, que planejamento, organização e marketing do turismo possuem conteúdos programáticos comuns, provocando estudos prolixos, resolvemos agregar as duas atuais habilitações, extinguindo-as, sendo seus conteúdos distribuídos no decorrer do curso. Entendeu-se que a escolha de uma habilitação minimiza o entendimento do turismo, esfacelando-o em partes conflitantes. O turismo não é só planejamento ou marketing. O marketing requer planejamento e o planejamento requer marketing, como atividades indissociáveis.

Com tal resolução evitaremos a atual divisão dos alunos no penúltimo (sétimo) semestre do curso em duas turmas (uma de Planejamento e Organização do Turismo e outra de Marketing Turístico), exigindo mais disciplinas optativas, o que possibilita ao aluno um currículo mais flexível e abrangente, condição importantíssima diante a complexidade e dinamismo dos fenômenos inerentes ao turismo. Tanto que, no currículo proposto no presente projeto político pedagógico há espaços para disciplinas com ementas abertas, ou seja, com conteúdo programático que pode ser decidido pelo colegiado de curso no sentido de estudos atualizados numa área do conhecimento que se renova constantemente. Essa flexibilidade será contemplada através das disciplinas Estudos Turísticos Brasileiros, Seminários em Turismo, das atividades complementares (TET's), além das disciplinas extra-curriculares.

4.1 OBJETIVOS

Objetivo Geral

Desenvolver o entendimento da complexa e sistemática atividade do turismo e hospitalidade, fomentando o empreendedorismo, investindo na capacitação e na habilitação de profissionais para o exercício de gestão de empresas turísticas, através do conhecimento em hospitalidade, planejamento, organização e marketing, dotando-lhe ainda de responsabilidade sócio-ambiental e formação crítica cidadã em defesa do turismo não predatório, baseado nos princípios da sustentabilidade e do desenvolvimento sócio-econômico das localidades receptoras.

Objetivos específicos

» Proporcionar ao bacharel em turismo um conhecimento crítico e analítico do mundo atual a partir da percepção das relações de interdependência entre os diversos elementos que compõem a atividade turística.

» Oferecer embasamento teórico e orientações técnicas e metodológicas para uma atuação consciente na transformação da realidade turística nacional, regional e local.

» Criar oportunidades para a formação de equipes interdisciplinares, possibilitando a realização de pesquisas prioritárias, tanto básicas quanto aplicadas.

» Manter um canal de comunicação ágil entre a Universidade Federal da Paraíba e os setores públicos e privados dos segmentos turísticos, facilitando acesso a maiores e melhores recursos documentais e de financiamento às pesquisas no turismo.

» Estimular contato e intercâmbio de conhecimentos e experiências entre pesquisadores do turismo no Brasil e no mundo, visando a formação de grupos de pesquisa e construção de redes de informações.

» Desenvolver ações estratégicas objetivando influenciar positivamente no processo de conscientização das autoridades, do *trade* turístico e das entidades representativas e congregacionais, da importância do papel e da formação de recursos humanos continuada em todos os níveis, visando o aprimoramento, a eficiência, a competitividade e a melhoria da qualidade em turismo.

» Promover a qualificação de docentes que atuam no curso, com o propósito de atualização e modernização das técnicas de ensino e do aprofundamento do conhecimento sobre as diferentes correntes do pensamento nas disciplinas da área de concentração.

» Estimular o aluno a aprender, contribuindo para uma ampla formação cultural e humanística complementada pela acessibilidade às habilidades do fazer, tornando-o capaz de atender às exigências do setor turístico com responsabilidade e competência.

» Proporcionar aos jovens da região a oportunidade de formação profissional superior numa atividade cujo mercado de trabalho encontra-se em ascensão, com perspectivas de maior crescimento ainda, de acordo com estudos técnicos do setor realizados por instituições abalizadas.

» Fomentar o empreendedorismo, desenvolvendo a capacidade dos alunos de investirem em seus próprios negócios através de uma noção de gerenciamento de empresas turísticas (alimentação & bebidas, transportes, agenciamento, hospedagem e outras).

» Proporcionar oportunidades de intercâmbio com instituições de ensino superior estrangeiras, ofertando experiências que aprofundem os conhecimentos e a formação do graduando;

» Buscar o estudo dos conteúdos internacionais e globais interados com as questões locais, visando o aprimoramento do desenvolvimento local e regional do turismo, permitindo ao graduando desenvolver uma visão do global e do local na sua atuação profissional e os impactos provindos dessa interação.

» Estimular a capacidade de expressão, comunicação, negociação e tomada de decisão em organizações públicas, privadas e de terceiro setor.

5.PERFIL DO PROFISSIONAL EM TURISMO A SER FORMADO PELA UFPB

O profissional de turismo, face à extrema complexidade da sua área de atuação, deve receber uma formação interdisciplinar que o prepare para ser um técnico com formação superior, em nível de graduação, apto a planejar e executar projetos turísticos da iniciativa pública e privada, organizar e administrar empresas e instituições do setor turístico em geral, e equipamentos de turismo particulares ou públicos.

A proposta do novo curso de graduação em Turismo concentra-se em dois pilares: Empreendedorismo e Hospitalidade. A hospitalidade abrange o receber, o alimentar, o entreter e o hospedar, atividades que são determinantes para o Turismo. Quanto ao empreendedorismo, o projeto do curso visa fomentar a capacidade do aluno desenvolver seu espírito de criação de novos negócios turísticos, através de autoconfiança, necessidade de realização e disposição para assumir riscos. O bacharel em turismo da UFPB deve ser não apenas um profissional devidamente preparado para atuar no mercado de trabalho, mas também um agente de preservação do patrimônio histórico, artístico-cultural e ambiental de sua região, de seu Estado, de seu país e de outros países e regiões, particularmente, sempre em defesa do bem comum de sua coletividade, de forma que a busca do desenvolvimento turístico nas comunidades locais, onde ele atua, jamais seja procurado apenas para a obtenção de lucro por parte de empresas ou vantagens pessoais de políticos, mas também, e principalmente, como fator de avanço sócio-econômico da população em geral.

A formação geral inter e multidisciplinar do bacharel em Turismo, graduado pela Universidade Federal da Paraíba, permite que ele compreenda a inserção do turismo no mundo contemporâneo, as suas complexas formas de funcionamento, especificidades, e os efeitos produzidos por seus fenômenos que trabalham com o deslocamento de pessoas, provocando alterações na paisagem e nas culturas humanas.

O lastro privilegiado de sua formação acadêmica é caracterizado pelos estudos culturais e ambientais, de forma a garantir-lhe a possibilidade de estabelecer uma reflexão crítica sobre a realidade, com preparação para atuar no mercado de trabalho, sempre privilegiando os aspectos de sustentabilidade, promovendo o entrelaçamento entre os povos, de respeito à diversidade cultural e étnica e da formação de vínculos permanentes entre as populações, preparado para as relações humanas de forma a entender as necessidades, sentimentos e personalidades dos públicos heterogêneos com o qual irá lidar, respeitando as diferenças de idades, sexos, raças, comportamentos, culturas, exigências, idiomas, credos, posição econômica, entre outras particularidades, mantendo um relacionamento profissional eficiente, produtivo e hospitaleiro.

Com relação à formação específica, o turismólogo da UFPB será preparado para atuar no planejamento turístico, compreensão das políticas nacionais e regionais do turismo, marketing para as localidades, entendimento da legislação turística e domínio de técnicas relacionadas à inventariação, sinalização e viabilidade econômico financeira de empreendimentos de hospitalidade (meios de hospedagem, alimentação fora do lar, lazer e entretenimento). O bacharel em Turismo com a formação desta IES estará preparado para atuar com equipes multidisciplinares no desenvolvimento de ações de educação ambiental, informações turísticas, assessoramento, pesquisa aplicada e serviços de agenciamento e transportes turísticos.

5.1 COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

O bacharel em Turismo deve ser preparado para gerir seu próprio negócio e administrar sua empresa através de uma preparação acadêmica que vise o empreendedorismo. O turismólogo deve ser capaz de identificar e avaliar oportunidades, elaborar um plano de negócios, determinar e captar recursos necessários para o funcionamento de uma empresa turística e desenvolver as habilidades gerenciais para tomar decisões em mercados altamente competitivos e em constante transformação. A formação do profissional de turismo também deve estimular o intraempreendedorismo.

O profissional em turismo graduado pela Universidade Federal da Paraíba, de acordo com a proposta deste projeto político-pedagógico, poderá atuar em organizações ligadas à atividade turística, públicas (prefeituras, secretarias de turismo de Estados e municípios, instituições de fomento ao turismo em sua generalidade) ou privadas (meios de hospedagem, alimentação & bebidas, lazer & recreação, transportes, agências e operadoras de viagens) associações, organizações não governamentais, órgãos internacionais, dentre outras. A formação permitirá o conhecimento para realização de atividades relacionadas ao planejamento (Elaboração de projetos, inventário e diagnóstico de municípios ou áreas de potencialidade turística) gestão de empreendimentos turísticos ou não, trabalhar com consultorias e/ou assessorias, desenvolver atividades inerentes a eventos locais, regionais, nacionais e internacionais, planos de marketing, pesquisa de marketing, acompanhar obras de recuperação do patrimônio histórico, artístico e cultural local, urbanização de espaços de interesse turístico, entre outros.

Face sua formação eclética e generalista, que o preparará para entender e acompanhar os dinâmicos processos dos fenômenos do turismo (âmbito nacional e global), nos setores

políticos, econômicos e sociais, poderá intervir positivamente no mercado turístico com sua inserção em espaços novos, emergentes ou inventariados.

Sua atuação também poderá acontecer no campo da cultura, área muito importante para o turismo na avaliação e incremento das atividades artísticas, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, e demais ocorrências culturais do universo de manifestações da comunidade humana. Terá, também, a formação para promover o desenvolvimento sustentável, preocupando-se com a inclusão social nos processos de desenvolvimento turístico, considerando, primordialmente, que a atividade deve ser um vetor do bem comum da coletividade, em modelo de desenvolvimento sócio-econômico, resultante da exploração do turismo local, amplo, geral e irrestrito ao incluir a população das comunidades receptoras e jamais fator de exclusão.

O profissional de turismo deve estar preparado para lidar com as dificuldades inerentes à gestão do próprio negócio, bem como ter conhecimento para lidar com o gerenciamento de associações, cooperativas, franquias*, joint-ventures*, parcerias, empresas terceirizadas e fundações. Sua formação também permitirá o conhecimento para a gestão de pessoas, gestão da qualidade e suas ferramentas, planejamento estratégico, efetuar cálculos contábeis e entender de finanças empresariais. Como gestor, o bacharel em turismo deve aprimorar o conhecimento de línguas estrangeiras, para facilitar e promover a interação, acordos e transações entre outros países.

Nesse sentido, o aluno do Curso de Turismo da Universidade Federal da Paraíba fará parte de um processo de formação que estimule a necessidade de realização e capacidade de assumir riscos, recebendo conhecimento e instrumentação necessários para ser um tomador de decisão, habilidade para atuar em diversas funções da atividade turística, atendendo a modelos do conceito enciclopedista de "iluminar", de possibilidade de ampliação de visão de mundo, privilegiando o pensar acadêmico e o treinamento prático-profissional.

Ao atuar como profissional de turismo de nível superior, o turismólogo deve contemplar os processos de comunicação interpessoal, intercultural e expressão correta e precisa sobre aspectos técnicos da realidade das organizações turísticas, além de desenvolver habilidades quantitativas e qualitativas, com criatividade e aptidão para os constantes processos de aperfeiçoamento e treinamento.

A habilidade principal do graduado é, genericamente, entender a totalidade dos processos do turismo, suas interfaces, suas variáveis macro e micro ambientais e neles intervir criativamente, tendo, ao mesmo tempo, conhecimento do setor como produto econômico e como fenômeno sócio-cultural dinâmico e complexo que promove mudanças nos ambientes naturais e sociais.

O profissional de turismo deve resumidamente:

- Compreender a realidade internacional (guerras, política, violência, transformações ambientais) e a forma como esta pode afetar as organizações turísticas públicas, privadas, e organizações não-governamentais, sejam estas de caráter internacional, ou mesmo nacional;

- Reconhecer a influência cultural na atividade turística, na realização de eventos, nos projetos de governo e na elaboração de planos de desenvolvimento.
- Analisar a formação e as transformações dos mercados internacionais e as possíveis estratégias de atuação dos agentes econômicos nacionais nestes mercados;
- Conhecer os principais acordos, tratados e organismos internacionais, de modo a auxiliar no entendimento das políticas públicas do turismo e o funcionamento de órgãos como ONU, OMT, OMC, dentre outros.
- Capacidade de comunicação e fluência em idiomas.
- Entender as dimensões ambientais da atividade turística, sua complexidade, impactos e dimensões, contribuindo para o turismo sustentável.
- Auxiliar no desenvolvimento de estratégias de negócios para empresas do setor turístico.
- Desenvolver planos, estratégias e pesquisas de marketing para promover a imagem de localidades, regiões e países.
- Capacidade de elaborar plano de negócios, planejamento estratégico e implementar ferramentas de qualidade total
- Conhecer os sistemas de transporte e logística como parte fundamental do desenvolvimento da atividade.
- Gerir empresas de alimentação & bebidas, lidando com o planejamento, controle, armazenamento, estocagem e controle de qualidade dos alimentos.
- Gerir empresas de hospedagem, entender seu funcionamento e estrutura, através de princípios de hospitalidade
- Entender o funcionamento de agências, operadoras e outras empresas do trade turístico.
- Ter noções de gestão de capital de giro, fluxo de caixa, gerenciamento de contas, orçamento e desempenho financeiro.

5.2 CAMPOS DE ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE TURISMO

Os bacharéis em Turismo podem exercer atividades relacionadas aos órgãos públicos, como secretarias de turismo, comunicação e cultura, autarquias, no próprio Ministério do Turismo ou desenvolvendo projetos para prefeituras. Também podem optar pelas empresas privadas, como agências e operadoras de turismo, empresas de transporte, logística e agenciamento (receptivos, emissivos, locadoras de automóveis, cruzeiros marítimos, companhias aéreas...); empresas de hospedagem - hotéis, motéis, pousadas, flats -, em organização, gestão e planejamento de eventos públicos e privados; elaborando planos de marketing, marketing turístico, estudos de mercado e viabilidade para empresas do trade; Assessorando em projetos de revitalização, urbanização e patrimônio artístico-cultural; desenvolvimento agentes para educação ambiental em áreas de preservação e atrativos turísticos; na formação de guias de turismo; no planejamento turístico de regiões; como *staff* de órgãos públicos federais; como pesquisadores e/ou professores de turismo e hospitalidade; além de fomentar a iniciativa de montar seu próprio negócio pelo viés do empreendedorismo.

O campo de atuação do profissional de Turismo será consolidado após a realização do seu estágio supervisionado, que abarca as áreas citadas a seguir:

Áreas	**Discriminação**	**Disciplinas**
Agência de Viagens e Turismo	Agências, operadoras, consolidadoras de turismo e empresas de turismo alternativo (especificamente ecoturismo, turismo de aventura e similares)	Teoria e Técnica do Turismo Agências e Operadoras em Turismo
Hospedagem	Hotéis, *flats*, pousadas, *resorts*, camping, SPAs, colônias de férias, albergues da juventude, acampamentos, entre outros.	Teoria e Técnica do Turismo Gestão de Meios de Hospedagem
Transportes	Companhias aéreas, marítimas, fluviais, ferroviárias, rodoviárias, locadoras de automóveis, empreendimentos afins, como receptivos, dentre outros.	Teoria e Técnica do Turismo Sistemas de Transporte e Turismo
Alimentação & Bebidas	Restaurantes, bares e *fast-food*, bufês, *delivery,* empresas de catering, setor de alimentação & bebidas de meios de hospedagem	Teoria e Técnica do Turismo Gestão de Alimentos & Bebidas em Hospitalidade
Eventos	Empresas organizadoras de eventos em geral (culturais, esportivos, sociais, entre outros) ou setor de eventos de meios de hospedagem.	Planejamento e Organização de eventos Teoria e Técnica do Turismo
Entretenimento	Lazer e recreação/animação cultural e esportiva, parques temáticos, clubes esportivos.	Teoria e Técnica do Turismo Turismo e Lazer
Planejamento	Instituições/organizações governamentais e não-governamentais, fundações, associações e entidades de classe de Turismo, consultorias de projetos e de empreendimentos turísticos.	Teoria e Técnica do Turismo Planejamento Estratégico do Turismo
Pesquisa	Instituições/organizações governamentais e não-governamentais, fundações, associações e entidades de classe de Turismo com pesquisas relacionadas ao Turismo e consultorias de pesquisas turísticas.	Teoria e Técnica do Turismo; Pesquisa aplicada à turismo
Marketing	Instituições/organizações governamentais e não-governamentais, fundações, associações e entidades de classe de Turismo com atividades relacionadas ao Marketing Turístico; Organizações de comunicação/marketing voltadas para o segmento turístico.	Marketing Turístico Marketing de Empresas Turísticas Teoria e Técnica do Turismo
Assessoria e apoio aos meios de comunicação	Assessoria e apoio para mídia impressa na redação de textos para jornais, revistas especializadas; televisiva como apoio a programas direcionados para a atividade turística; programas de rádio direcionados para a atividade turística; empresas de desenvolvimento de *sites* e *home-page* vinculados ao turismo.	Teoria e Técnica do Turismo Comunicação, Informação e Turismo
Patrimônio cultural, artístico e histórico	Instituições/organizações governamentais e não-governamentais, empresas privadas voltadas para projetos e marketing cultural.	Teoria e Técnica do Turismo. Tur. Antropologia Cultura Turismo e Patrimônio Histórico Artístico e Cultural
Ações sócio-educacionais	Instituições de nível médio/técnico profissionalizante, Instituições/organizações governamentais e não-governamentais, fundações, associações e entidades de classe de Turismo ou de interesse turístico.	Teoria e Técnica do Turismo Sociologia do Turismo
Guia de Turismo	Receptivo, local, nacional ou internacional, desde que o aluno tenha realizado algum curso credenciado pela EMBRATUR, ou que a Instituição de ensino ofereça o Curso de Guia de Turismo, simultaneamente ao curso superior, devidamente autorizado pela EMBRATUR.	Teoria e Técnica do Turismo

6. SISTEMÁTICA DE CONCRETIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DO PPC DO CURSO

O curso de Turismo está incorporado ao Departamento de Comunicação Social, usufruindo dos seus laboratórios e infra-estrutura. Atualmente o curso conta com um Laboratório de Estudos Turísticos (LET), de uso exclusivo dos docentes e discentes do curso de Bacharelado e coordenado por professor do quadro efetivo do curso. Nessa nova proposta de funcionamento, o curso necessitará, de acordo com a demanda dos próximos anos, uma modernização do laboratório atual e possivelmente na criação de um novo laboratório para fomentar a Empresa Júnior do Curso, consolidando os pilares que regem esse novo projeto: Hospitalidade e Empreendedorismo. Evidentemente que a criação de novos laboratórios e a renovação do maquinário existente, deverá fazer parte de um planejamento de capacidade instalada do departamento e do Centro de Ciências Humanas Letras & Artes.

A criação do Núcleo Docente Estruturante do curso de Bacharelado em Turismo far-se-á mediante consulta ao Colegiado de Curso, composto a partir deste projeto por professor representante do Departamento de Comunicação Social e Turismo, Coordenador do Curso e vice-coordenador e/ou coordenador do laboratório de estudos turísticos (LET) além dos representantes dos departamentos que oferecem o maior número de disciplinas obrigatórias à formação do Bacharel em Turismo, sendo eles: representante do Departamento de Sistemática e Ecologia (DSE), representante do Departamento de Geociências (DGEO) e representante do Departamento de Línguas Estrangeiras Modernas (DLEM). A criação do NDE terá papel determinante na atualização, implementação e condução dos trabalhos do curso de Turismo, visando fortalecer as diretrizes gerais da formação dos bacharéis em Turismo através da interdisciplinaridade, melhoria qualitativa dos docentes do curso, assessoramento à gestão, atualização do acervo, dentre outras atividades.

Entende-se também que a formação dos futuros bacharéis em Turismo precisará de um quadro docente de dedicação exclusiva e comprometimento à Instituição e ao curso, bem como dentro de um planejamento de funcionamento diurno nos próximos anos, novos docentes para desempenho de atividades nessa reestruturação. Naturalmente, à medida que o curso de Turismo cresça e possa fundamentar seu tripé de ensino, pesquisa e extensão, precisará da criação de departamento específico, que contemple os projetos de Hospitalidade (Turismo, Hotelaria e Gastronomia) dentro do seu planejamento de atividades e essa disponibilidade requererá novos colaboradores para suprir as necessidades inerentes ao funcionamento com excelência, bem como função gratificada aos futuros coordenadores.

O curso de Turismo dispõe atualmente do uso prioritário de um micro-ônibus para as viagens técnicas do curso, veículo este pertencente ao CCHLA, centro ao qual o curso está vinculado. Dentro de um projeto de fortalecimento das atividades extra-curriculares, pesquisa e complementares de sala de aula, sugere-se que dependendo da demanda e dos recursos do Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, o Departamento de Comunicação Social e Turismo possa ter seu veículo próprio, atendendo além do curso de Turismo, os cursos das habilitações de Comunicação Social, sendo eles: Jornalismo, Relações Públicas e Radialismo. A justificativa para essa projeção é a concretização das propostas de inserção do turismo nas localidades e nas organizações turísticas do município, Estado da Paraíba e outras regiões circunvizinhas.

7.COMPOSIÇÃO CURRICULAR

Conteúdos Curriculares	Créditos	Carga Horária	%
1. Conteúdos Básicos Profissionais			
1.1 Conteúdos Básicos Profissionais 1.2 Estagio Supervisionado I e II	72 20	1080 300	37.50% 12,50%
Total	**92**	**1.380**	51,10%
2. Conteúdos Complementares			
2.1 Conteúdos Complementares Obrigatórios 2.2 Conteúdos Complementares Optativos 2.3 Conteúdos Complementares Flexíveis	68 12 18	1.020 180 120	35,42% 8,33% 6,25%
Total	88	1.320	48,90%
TOTAL (1+2)	**192**	**2.700**	**100%**

7.1 COMPOSIÇÃO CURRICULAR DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO

1. Conteúdos Básicos Profissionais			
1.1 Conteúdos Básicos Profissionais			
Disciplinas	**Créditos**	**Carga Horária**	**Pré- requisitos**
Sociologia do Turismo	04	60	Nenhum
Geografia e Meio Ambiente	04	60	Geografia e Turismo
Geografia e Turismo	04	60	Nenhum
Turismo, Antropologia e Cultura	04	60	Nenhum
Hospitalidade	04	60	Nenhum
Marketing Turístico	04	60	Nenhum
Redação e Expressão Oral	04	60	Nenhum
Bases Ecológicas para o Turismo	04	60	Nenhum
Introdução à Administração	04	60	Nenhum
Teoria e Técnica do Turismo (TTT)	04	60	Introdução ao Estudo do Turismo
Introdução ao Estudo do Turismo	04	60	Nenhum
Legislação e Ética do Turismo	04	60	Nenhum
Comunicação, Informação e Turismo	04	60	Marketing Turístico
Língua Francesa aplicada ao Turismo	04 créditos 60 horas		Nenhum
Língua Inglesa aplicada ao Turismo			Nenhum
Língua Espanhola aplicada ao Turismo			Nenhum
Planejamento Estratégico do Turismo	04	60	TTT e Introdução à Administração
Estatística III	04	60	Nenhum
Ecoturismo	04	60	Bases Ecológicas para o Turismo
Turismo e Patrimônio Histórico, Artístico e Cultural	04	60	TTT, Turismo, Antropologia e Cultura
TOTAL	**72**	**1080**	
1.2 Estágio Curricular Supervisionado			
Estágio Supervisionado em Turismo I	10	150	Nenhum
Estágio Supervisionado em Turismo II	10	150	Estágio Supervisionado I
TOTAL	**20**	**300**	

2. Conteúdos Complementares			
2.1 Conteúdos Complementares Obrigatórios			**Pré-requisito**
Trabalho de Conclusão de Curso - TCC	04	60	Todas as disciplinas do conteúdo básico profissional
Pesquisa aplicada ao Turismo	04	60	Teoria e Técnica do Turismo (TTT)
Turismo e Espaço Turístico	04	60	Nenhum
Gestão de Meios de Hospedagem	04	60	Introdução ao Estudo do Turismo e Introdução à Administração
Gestão de Alimentação & Bebidas em Hospitalidade	04	60	TTT e Introdução à Administração
Planejamento e Gestão de Pessoas em Hospitalidade	04	60	TTT e Introdução à Administração
Contabilidade de Hotelaria e Restaurantes	04	60	Nenhum
Marketing de Empresas Turísticas	04	60	Marketing Turístico
Marketing Promocional aplicado ao Turismo	04	60	Marketing Turístico
Sistemas de Transporte e Turismo	04	60	TTT
Agências e Operadoras de Turismo	04	60	TTT
Empreendedorismo aplicado ao Turismo	04	60	TTT
Turismo e Políticas Públicas	04	60	Nenhum
Economia do Turismo	04	60	Nenhum
Planejamento e Organização de Eventos	04	60	Nenhum
Estudos Turísticos Brasileiros	04	60	Nenhum
Metodologia do Trabalho Científico	04	60	Nenhum
TOTAL	**68**	**1020**	

2.2 Conteúdos Complementares Optativos			Pré-requisito
Comportamento do Consumidor no Turismo	04	60	Marketing Turístico
Roteiros turísticos	04	60	Introdução ao Estudo do Turismo
Gestão ambiental em empreendimentos turísticos	04	60	Introdução à Administração
Relações Públicas para o Turismo	04	60	Nenhum
Desenvolvimento Sustentável	04	60	Geografia e Turismo Geografia e Meio Ambiente
Gastronomia e Turismo	04	60	Hospitalidade
Marketing e Patrocínio Cultural	04	60	Marketing Turístico
Turismo no Espaço Rural	04	60	Nenhum
Folkcomunicação turística	04	60	Nenhum
Comunicação empresarial e Gestão de crises em turismo	04	60	Nenhum
Seminários em Turismo	04	60	Nenhum
Sistemas de informação em hospitalidade	04	60	Introdução ao Estudo do Turismo
Turismo e Identidade sócio-cultural	04	60	Nenhum
Pesquisa de opinião pública em turismo	04	60	Nenhum
Turismo e desenvolvimento do nordeste	04	60	Nenhum
Planejamento Ambiental	04	60	P. Estratégico do Turismo
Museologia e Turismo	04	60	Nenhum
Marketing de usuários especializados	04	60	Marketing Turístico
Marketing de serviços turísticos públicos	04	60	Marketing Turístico
Globalização do Turismo	04	60	Economia do Turismo
Gestão de Meios de Hospedagem II	04	60	Gestão de Meios de Hospedagem
Cultura Organizacional para o Turismo	04	60	Nenhum
Estudos de caso em Turismo	04	60	Introdução ao Estudo do Turismo e Introdução à Administração
Análise do discurso das representações turísticas	04	60	Nenhum
Produção Audiovisual em turismo	04	60	Nenhum
Contabilidade Gerencial	04	60	Nenhum
Contabilidade Básica	04	60	Nenhum
Contabilidade Pública	04	60	Nenhum
Turismo e Lazer	04	60	Introdução ao Estudo do Turismo
Administração de Políticas Públicas	04	60	Introdução à Administração
Psicologia Social I	04	60	Nenhum
Psicologia Social II	04	60	Psicologia Social I
Utilização de ecossistemas aquáticos	04	60	Bases Ecológicas para o Turismo

Cultura Brasileira	04	60	Nenhum
Antropologia Cultural	04	60	Nenhum
Ciência Política	04	60	Nenhum
Princípios de Computação	04	60	Nenhum
Língua Brasileira de Sinais - LIBRAS	04	60	Nenhum
Português Instrumental	04	60	Nenhum
Economia Paraibana	04	60	Nenhum
Introdução à Economia Internacional	04	60	Nenhum
Introdução à Economia	04	60	Nenhum
TOTAL	**12**	**180**	

2.3 Conteúdos Complementares Flexíveis (Mínimo de 12 créditos)			
Tópicos Especiais em Turismo I – TET I	04	60	Nenhum
Tópicos Especiais em Turismo II – TET II	04	60	Nenhum
TOTAL	**08**	**120**	

CONTEÚDOS BÁSICOS PROFISSIONAIS	1080h/a

INTRODUÇÃO AO ESTUDO DO TURISMO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Antecedentes históricos do turismo. Conceitos básicos do turismo. Oferta e demanda turística. Tipologias do turismo. As formas de turismo. As motivações turísticas. Terminologia turística. O turismo na história. Condicionantes do turismo e do lazer na sociedade contemporânea. O significado do turismo na economia nacional. Inter-relações e classificações do turismo.
Bibliografia Básica:
GOELDNER, Charles R., Ritchie J. R., McIntosh, Robert W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
WANHILL, Wtephen. COOPER, Chris; FLETCHER, John; Gilbert, David; Shepherd, Rebecca; **Turismo, princípios e prática.** 3 ed.Porto Alegre: Bookman, 2007.
DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2008.
LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson L. **Introdução ao Turismo.** Rio de Janeiro: Elsevier,2000.

TURISMO, ANTROPOLOGIA E CULTURA - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Fundamentos antropológicos para o Turismo. Cultura e seu papel estruturante no turismo. O turismo como manifestação cultural. A experiência turística na cultura contemporânea. O turismo, os imaginários, as identidades e as construções e/ou fabricações de imagens-conceito. Relações entre turistas e culturas locais. Tradição, invenção da tradição, autenticidade, diversidade, multiculturalidade. Turismo e legado cultural material e imaterial. Roteiros culturais. Etnicidade e identidade.
SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo:** Analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.
BANDUCCI JR, Álvaro; BARRETTO, Margarita. (orgs). **Turismo e identidade local.** Campinas: Papirus, 2001.
BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural.** 6ed. Campinas: Papirus, 2006.
MARTINS, Clerton.**Turismo, cultura e identidade.** São Paulo: Roca, 2003.

INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Administração
Ementa: Bases históricas da administração. O ambiente da administração. As funções administrativas. Os níveis organizacionais. As áreas funcionais das empresas. A empresa como um sistema. Habilidades administrativas .Tendências e perspectivas da administração.
Bibliografia Básica:
DAFT, Richard L. **Administração**. 5 ed. São Paulo: Thomson Learning, 2005.
STONER, James A. F; FREEMAN, R. Edward. **Administração.** Rio de Janeiro: LTC, 1999.
SOBRAL, Filipe.;PECI, Alketa. **Administração:** Teoria e Prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall do Brasil, 2008.
ESCRIVÀO FILHO, Edmundo. PERUSSI FILHO, Sérgio. (orgs.) **Teorias da Administração:** Introdução ao estudo do trabalho do administrador. São Paulo: Saraiva,2010.

LINGUA INGLESA APLICADA AO TURISMO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Línguas Estrangeiras Clássicas e Modernas

Ementa: Estudo em nível introdutório da Língua Inglesa abrangendo aspectos de caráter fonológico, morfológico, sintáticos, semântico, lexical e pragmático, visando desenvolver as capacidades de compreensão e expressão oral e escrita para a comunicação profissional turística.

Bibliografia Básica:

STOTT, T. & REVELL, R. (2008) **Highly recommended**: English for the hotel and catering industry. Oxford: Oxford University Press.
STOTT, T. & ROGER, H. (2002). **Fisrt class:** english for tourism. Oxford: Oxford University press**.**
MEDLIK, S. (2003). **Dictionary of travel, tourism and hospitality**. Oxford Butterwoth-Heinemann.

LINGUA FRANCESA APLICADA AO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Línguas Estrangeiras Clássicas e Modernas

Ementa: Estudos dos atos da fala presentes nas várias situações de comunicação do mundo do turismo. Desenvolvimento de competências lexicais e comunicativas de base através de vocabulário rico e específico, usado nos diversos setores do turismo, hotelaria e restauração.

Bibliografia Básica:

CORBEAU,S.DUBOIS,C.et.PENFORNIS,J.L.(2004) **Tourisme.com.** Paris: CLE, Internacional.
CORBEAU,S.DUBOIS,C.et.PENFORNIS,J.L.(2006) **Hôtellerie-restauration.com.** Paris: CLE, Internacional.

LINGUA ESPANHOLA APLICADA AO TURISMO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Línguas Estrangeiras Clássicas e Modernas

Ementa: Estudo em nível introdutório da Língua Espanhola abrangendo aspectos de caráter fonológico, morfológico, sintáticos, semântico, lexical e pragmático, visando desenvolver as capacidades de compreensão e expressão oral e escrita para a comunicação profissional turística.

Bibliografia Básica:

ALONSO, R. MIQUEL, L. **Gramática básica del estudiante**. Barcelona: Ed difusión, 2005.
CASTRO, F. **Uso de La gramática espanola**. Nivel Elemental/nível intermédio. Madrid: Edelsa, 1996.
ALCARAZ, A. **Dicionário de términos de turismo y de ócio**. Ariel S/A. Barcelona,2000.

PS: Fica estabelecido conforme documentação do DLEM processo 113d/2010 (em anexo) que o que a coordenação da Extensão do DLEM reservará 05 vagas nas turmas existentes de línguas estrangeiras para **aprofundamento do conhecimento de línguas estrangeiras dos alunos do curso de Bacharelado em Turismo. O aluno deverá optar por uma língua estrangeira, podendo ser Inglês, Espanhol ou Francês.**

TEORIA E TÉCNICA DO TURISMO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Bases epistemológicas para a construção das teorias do turismo e procedimentos técnicos. Investigações sobre o turismo global e o turismo de base local. Teoria e técnica do turismo em função das características do lugar. Identificação dos elementos constitutivos do Turismo, dimensão, econômica, social e interdependência estrutural com os demais elementos do contexto. Inventário dos atrativos que geram ou podem gerar fluxo de turismo. Caracterização, classificação, mensuração da demanda de bens e serviços turísticos. Grau de participação dos consumidores nas várias atividades de recreação e lazer da área em destaque.
Bibliografia Básica:
LOHMANN, Guilherme & PANOSSO NETO, Alexandre. **Teoria do Turismo:** Conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Ed. Aleph 2008.
ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.) **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: SENEC 2004.
BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo .** 8ed. São Paulo: SENAC, 2003.

REDAÇÃO E EXPRESSÃO ORAL – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Línguas Clássicas e Vernáculas
Ementa: Prática de leitura, de produção e de análise lingüística de gêneros textuais orais e escritos aplicados à área de turismo.
Bibliografia básica:
ABREU, Antonio Suarez. **Curso de redação**. 12ed. São Paulo: Ática,2004.
CAMARA JR;Joaquim Mattoso. **Manual de expressão oral e escrita**. 27ed. Petrópolis: Vozes,2010.

GEOGRAFIA E TURISMO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Geociências
Ementa: Geografia e organização do espaço geográfico: Aspectos teórico/metodológicos da ciência geográfica – espaço, região, território e lugar. A sociedade e a geografia diante da atividade turística. A organização do espaço mundial e a atividade econômica do turismo. A organização do espaço brasileiro e a atividade do turismo.
Bibliografia básica:
PIERCE, Douglas. **Geografia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
TELES, Reinaldo Miranda de Sá. **Fundamentos geográficos do turismo**. São Paulo: Campus,2009.
CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografia do turismo de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007.

HOSPITALIDADE – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Breve histórico sobre viagens e hospitalidade. Hospitalidade: conceito e contexto mundial. Hospitalidade no contexto do turismo. Hospitalidade, alimentação, eventos e hospedagem. Hospitalidade humana, residencial, comercial e pública. Lugares de hospitalidade e atmosfera das cidades. Hospitalidade, reflexões, cenários, oportunidades e perspectivas.
Bibliografia básica:
CAMPOS, José Ruy Veloso**. Introdução ao universo da hospitalidade.** Campinas: Papirus,2005
LOOKWOLD & S. MEDLIK(org**). Turismo e Hospitalidade no século XXI** .1ed. São Paulo: Manole,2003.
DENCKER, Ada de Freitas Manetti. **Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
WALKER, John R.**Introdução à Hospitalidade.** 2ed. Barueri: Manole, 2002.

SOCIOLOGIA DO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Homem, sociedade, cultura, socialização e personalidade. Organização social, aparelhos ideológicos institucionais, mudança, mobilidade e estratificação social. Teorias e métodos do pensamento sociológico. Lazer, turismo e trabalho na sociedade contemporânea. As dimensões sócio-culturais da atividade turística. O olhar do turista. Turismo: negócio e necessidade humana e social. As configurações do trabalho no turismo. Os simulacros e os não-lugares. As motivações humanas no turismo e os efeitos do retorno.
Bibliografia Básica:
PAIVA, Maria das Graças de Menezes. **Sociologia do Turismo**. Campinas: Papirus,2003.
KRIPPENDORF,Jost. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2009.
SANTANA, Agustín. **Antropologia do Turismo: Analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.**

GEOGRAFIA E MEIO AMBIENTE - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Geociências
Ementa: A paisagem: natureza, paisagem e espaço. Espaço geográfico: espaço natural x espaço cultural. O meio ambiente: conceituação. Os impactos humanos na paisagem: Emergência da consciência ambiental. O turismo e a degradação ambiental: um crescimento consciente. As políticas públicas: Legislação e proteção do espaço turístico.
Bibliografia Básica:
RODRIGUES, Adyr Balastreri (org). **Turismo e ambiente:** reflexões e propostas.3ed. São Paulo: HUCITEC, 2002.
LEMOS, Amalia Ines G. de. **Turismo:** Impactos sócio-ambientais. 3ed. São Paulo: HUCITEC, 2001.

ECOTURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Sistemática e Ecologia
Ementa: Histórico do ecoturismo. Identificação e delimitação dos bens naturais propícios ao turismo ecológico. Gestão e planejamento ambiental na prática do ecoturismo. Envolvimento da população humana local. Desenvolvimento de programas e roteiros para o ecoturismo. O perfil ecoturista. Importância da manutenção na qualidade de vida ambiental no ecoturismo. Biomas brasileiros, potencialidades e usos do ecoturismo na fauna e flora da Paraíba. Educação ambiental e suas ferramentas (interpretação e percepção) como forma de transmissão de conhecimento aos ecoturistas.
Bibliografia Básica:
KINKER, Sonia. **Ecoturismo e conservação da natureza em parques nacionais**. Campinas: Papirus, 2002.
NEIMANN, Zysman; MENDONÇA, Rita. **Ecoturismo no Brasil**. Barueri: Manole, 2005.
HAWKINS, Donald; LINDEBERG, Kreg. **Ecoturismo:** uma guia para planejamento e gestão. 3ed. São Paulo: SENAC,2001.

MARKETING TURÍSTICO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: A evolução do conceito de marketing. Conceitos e definições de Marketing. Marketing Mix. Composto de marketing aplicado ao turismo. O ambiente do marketing turístico. Segmentação turística: variáveis e estratos. Processo motivacional no turismo. Tendências do marketing turístico.
NETTO, Alexandre Panosso. ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico.** Barueri: Manole,2009.
SCARPATI, Frederico Vignati. **Gestão de destinos turísticos**. São Paulo: SENAC,2008.
KOTLER, Philip.et al. **Marketing de lugares:** Como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e Caribe.São Paulo: Prentice Hall, 2006.

BASES ECOLÓGICAS PARA O TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Sistemática e Ecologia
Ementa: Características estruturais e funcionais dos sistemas ecológicos naturais. Características dos principais ecossistemas brasileiros. Conceitos de conservação e preservação ambientais. Principais problemas ambientais da atualidade. Noções de estudos de impactos ambientais. Bases teóricas do desenvolvimento sustentável. Princípios da educação ambiental. Princípios da legislação ambiental.
Bibliografia Básica:
RICKLEFS, Robert.E. **A economia da natureza**. 6ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan,2010.
ODUM, Eugene; BARRETT, Gary W. **Fundamentos de Ecologia.** 5ed. São Paulo: Cencage Learning, 2007.
ALMEIDA, Fernando. **Desafios da sustentabilidade**. São Paulo: Campus, 2007.

LEGISLAÇÃO E ÉTICA DO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Ética e Direito. Ética e legislação nacional e internacional. Ética e trabalho. Ética e turismo. O código de ética da OMT. Legislação para empresas do setor turístico. Direitos dos turistas enquanto consumidores. Noções de direito administrativo no turismo: regulação, concorrência, contratos e proteção dos consumidores, meio ambiente, território, urbanismo, trabalho, finanças e fiscalização do turismo.
Bibliografia Básica:
BADARO, Rui Aurélio de Lacerda. **Direito Internacional do Turismo: o papel das organizações internacionais do turismo**. São Paulo: Editora Senac, 2009.
_____. **Direito do turismo: história e legislação no Brasil e no exterior**. São Paulo: Editora Senac, 2003
MAMEDE, Gladston. **Direito do consumidor no turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DO TURISMO 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Importância, definições e contexto. Princípios fundamentais do planejamento. Enfoques do planejamento. Orientadores estratégicos**.** O processo de planejamento turístico. Introdução à gestão estratégica do turismo**.** Análise ambiental e SWOT. Estratégia de Portfólio. As cinco forças competitivas de Porter.
Bibliografia Básica:
MOLINA, Sergio; RODRIGUEZ, Sérgio. **Turismo:** Planejamento integral: Um enfoque para a América latina. Bauru: EDUSC, 2001.
DIAS, Reinaldo. **Planejamento do Turismo**: Política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2008.
HARRISSON, Jefrey. **Administração estratégica de recursos e relacionamentos**. Porto Alegre: Bookman, 2005

ESTATÍTICA III - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Estatística
Ementa: Análise de dados estatísticos; Noções de probabilidade; Variáveis aleatórias; Distribuição de probabilidade; Teoria da amostragem; Estimativa de parâmetro; Teste de hipótese; Regressão e correlação.
Bibliografia Básica:
BARBETTA, Pedro A. **Estatística para as ciências sociais**. 7ed. Florianópolis: UFSC,2007.
LEVIN, Jack. **Estatística aplicada às ciências humanas.** 2ed. São Paulo: Harbra,1987.
TRIOLA, Mario F. **Introdução à Estatística.** 9ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005

TURISMO E PATRIMÔNIO HISTÓRICO, ARTÍSTICO E CULTURAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento: História
Ementa: História, memória, patrimônio e turismo. Questões conceituais e relações interdisciplinares. Patrimônio material e imaterial: preservação, conservação e sustentabilidade econômica por meio do turismo. Construção e apropriação social do patrimônio histórico. A UNESCO e as cartas patrimoniais. O IPHAN e as políticas brasileiras de preservação patrimonial. O IPHAEP e a preservação patrimonial da Paraíba. Educação patrimonial e o turismo. Museus e o turismo. Locais de memória e turismo.
Bibliografia básica:

MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina. **Interpretar o patrimônio:** Um exercício do olhar. Belo Horizonte: UFMG, Território Brasilis, 2002.
DIAS, Reinaldo.**Turismo e Patrimônio Cultural**: Recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2003.
COSTA, Flávia Roberta.**Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: SENAC 2009.
PORTUGUEZ, Antonio Pereira. **Turismo, memória e patrimônio cultural**. São Paulo: Roca, 2004.

COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: A importância da comunicação no Turismo. Aplicabilidade da informação, desde a coleta de dados até a comunicação estratégica e integrada. Mídias tradicionais e novas mídias. Técnicas de comunicação publicitária. Elementos de agência de propaganda e publicidade. A conta publicitária. Processo de criação e avaliação de peças publicitárias. Estudo de peças publicitárias para promoções turística.
Bibliografia Básica:
YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de Marketing e Comunicação**: Avanços e aplicações. São Paulo: Saraiva,2007.
WAINBERG, Jacques A. **Turismo e comunicação:** A indústria da diferença. São Paulo: Contexto,2003.
NIELSEN, Christian. **Turismo e mídia:** O papel da comunicação na atividade turística. São Paulo: Contexto, 2002.
DORTA, Lurdes; DROGUETT juan (orgs.). **Mídia, imagens do turismo** – uma proposta de desenvolvimento teórico para as áreas de comunicação e turismo. São Paulo: Texto novo, 2005
LAS CASAS; Alexandre L; GARCIA, M. T. **Informação em Marketing**. São Paulo: Novatec, 2007

ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO	360h/a

ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM TURISMO I- 150h/a – 10 Créditos
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Atividades relacionadas à prática do estágio em turismo e hospitalidade.
Bibliografia Básica:
LIMA, Manolita Correia; OLIVIO, Sílvio. **Estágio supervisionado e trabalho de conclusão de curso**. São Paulo: Cencage Learning, 2006.
BISSOLLI, Maria Angela Marques Ambrizzi. **Estágio em Turismo e Hotelaria**. 3ed.São Paulo: Alpeh, 2006.
BIANCHI, Anna Cecília de Moraes. **Orientação para estágio em turismo**. São Paulo: Cencage Learning, 2002.

ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM TURISMO II- 150h/a – 10 Créditos
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Atividades relacionadas à prática do estágio em turismo e hospitalidade.
Bibliografia Básica:
LIMA, Manolita Correia; OLIVIO, Sílvio. **Estágio supervisionado e trabalho de conclusão de curso**. São Paulo: Cencage Learning, 2006.
BISSOLLI, Maria Angela Marques Ambrizzi. **Estágio em Turismo e Hotelaria**. 3ed.São Paulo: Alpeh, 2006.
BIANCHI, Anna Cecília de Moraes. **Orientação para estágio em turismo**. São Paulo: Cencage Learning, 2002

CONTEÚDOS COMPLEMENTARES OBRIGATÓRIOS	1020h/a

PESQUISA APLICADA AO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: O método científico e sua evolução. A pesquisa científica em turismo: multidisciplinaridade, paradigmas e memória científica da área. Projeto de pesquisa: formulação e etapas. Métodos e técnicas de pesquisa (exploratória, descritiva, explicativa, bibliográfica, documental, experimental, estudo de caso, participante, pesquisa ação etc.). Coleta de dados. Amostragem. Análise e interpretação dos dados (classificação, codificação, tabulação, descrição dos dados, tipos de análise, elaboração de conclusões etc.). Apresentação do trabalho científico. Normatização da ABNT.
Bibliografia Básica:
CENTENO, Rogelio Rocha. **Metodologia da pesquisa aplicada ao turismo**: casos práticos. São Paulo: Editora Roca, 2009.

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

GASTAL, Susana (orgs.). **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.

GASTAL, Susana (org.). **Turismo e investigação crítica**. São Paulo: Contexto, 2002.

MARKETING DE EMPRESAS TURÍSTICAS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Principais elementos de marketing de serviços em empresas turísticas. Marketing de relacionamento. Endomarketing. Plano de marketing para empresas de serviços turísticos. Aplicação do marketing na indústria de viagens e turismo. Tendências em serviços turísticos. *Cases* de marketing de empresas turísticas.
Bibliografia Básica:
HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. **O comportamento do consumidor no Turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

KOTLER, Philip.; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing.** São Paulo: Thomson Pioneira Learning,2004.

HAWKINS, Del I.; MOTHERSBAUGH, David L.; BEST, Roger J. **Comportamento do Consumidor**: Construindo a estratégia de marketing.10ed. Rio de Janeiro: Elsevier – Campus, 2007.

METODOLOGIA DO TRABALHO CIENTÍFICO – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Biblioteconomia e Documentação
Ementa: Natureza do trabalho científico. Estrutura dos diversos tipos de trabalho científicos. Etapas da pesquisa bibliográfica. Principais órgãos de normalização. Aplicação das normas técnicas de documentação. Meios de acesso ao documento
Bibliografia Básica:
BURSZTYN, Marcel; DRUMMOND, José Augusto; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro. **Como escrever e publicar um trabalho científico.** Rio de Janeiro: Garamond,2010.

FRAGA, Marcelo Loyola**. Metodologia para elaboração de trabalhos científicos**. São Paulo: Fundo de Cultura, 2009.

GESTÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Meios de Hospedagem, surgimento, evolução e tendências. Classificação dos meios de hospedagem. Estrutura organizacional e gerenciamento dos empreendimentos de hospedagem. Introdução ao Front Office. Check-in, check-out e operações no setor de recepção. Infra-estrutura de unidades hoteleiras. Taxas de ocupação, de receita e de produtividade hoteleira. Hospitalidade e Governança.
Bibliografia Básica:
CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 9ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

ISMAIL, Ashmed**. Hospedagem:** Front Office e Governança.São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

CLARKE, Alan; CHEIN, Wei. **Hotelaria**: Fundamentos teóricos e gestão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GESTÃO DE ALIMENTAÇÃO & BEBIDAS EM HOSPITALIDADE -04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: História das empresas de alimentação e bebidas. A alimentação no contexto do turismo. Funcionamento de bares, restaurantes, cozinhas e catering. Elaboração de cardápios. Logística entre atendimento e cozinha. Funções em empresas de alimentação e bebidas. Compras, estoque e controle da qualidade. Fornecedores. Ficha de matéria-prima. Mise en place. Rotinas e manuais de procedimentos. Sistemas de informatização.
Bibliografia Básica:
FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação**: análises introdutórias. São Paulo: Roca, 2005.
SENAC (org).**Bares e restaurantes**: gestão de pequenos negócios.São Paulo: SENAC, 2006.
BRAGA, Roberto M.M.**Gestão da gastronomia.** São Paulo: SENAC, 2008.

ECONOMIA DO TURISMO 04 créditos (60h/a)
Departamento: Economia
Ementa: A teoria econômica e suas principais correntes. Natureza e importância da atividade turística. História econômica do turismo. Principais conceitos microeconômicos e suas aplicações nas atividades turísticas: demanda e oferta. O mercado e a formação dos preços. Medições e estatísticas do turismo. O papel dos agentes econômicos do setor turístico: turistas, empresas, instituições.O comportamento geral do mercado turístico internacional e brasileiro e sua importância no planejamento econômico. Análise teórica e empírica dos principais aspectos macroeconômicos do turismo. Impactos econômicos do turismo. O planejamento econômico do turismo e a política turística.
Bibliografia Básica:
MOLLO, Maria de Lourdes Rollemberg.; ANDRADE, Joaquim Pinto de; DIVINO, José Angelo.**A economia do Turismo no Brasil**. Brasília: Editora SENAC, 2008.
LAGE, Beatriz H. Gelas & Milone, Paulo César. **Economia do turismo**. São Paulo: Atlas 2001.
CARVALHO, Luiz Carlos P.; VASCONCELOS, Marco Antonio Sandoval.**Introdução à Economia do Turismo.** São Paulo: Saraiva, 2005.

EMPREENDEDORISMO APLICADO AO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conceituando empreendedorismo. Análise histórica do surgimento do empreendedorismo. Características e tipologias dos empreendedores. Empreendedorismo no Brasil. O processo empreendedor. Empreendedorismo aplicado aos negócios turísticos. Plano de negócios para empreendimentos turísticos. Assessoria e incubadoras de empresas de turismo.
Bibliografia Básica:
DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.
ROCHA; DORRESTEIJN; GONTIJO (orgs). **Empreendedorismo em negócios sustentáveis**. São Paulo: Peirópolis, 2005
FARAH, Osvaldo Elias; CAVALCANTI, Marly; MARCONDES, Luciana Passos. **Empreendedorismo estratégico**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

TURISMO E ESPAÇO TURÍSTICO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Espaços em função do turismo urbano e rural. Características e diferenciações entre os espaços urbanos e rurais em função da sustentabilidade ambiental. Fundamentos do urbanismo. Cidade e sustentabilidade urbana. Cidades globais e cidades-modelo. Sustentabilidade e competitividade. A carta de Athenas. Turismo e espaço urbano. Cidade como produto do turismo. A semiótica do ambiente urbano. Cidade, espaço e linguagem. Turismo e ordenação do espaço urbano. Teoria do espaço turístico de Boullon. Turismo, espaço turístico e paisagem urbana. Turismo e arquitetura efêmera.
Bibliografia Básica:
PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Consumo e espaço:** Turismo, lazer e outros temas. São Paulo: Roca,2001.

RODRIGUEZ, Sérgio; MOLINA, Sérgio. **Turismo:** Planejamento Integral. Bauru: EDUSC,2001.
BRAGA, Débora Cordeiro. **Planejamento Turístico:** Teoria e prática. São Paulo: Campus,2006.

PLANEJAMENTO E GESTÃO DE PESSOAS EM HOSPITALIDADE 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Recrutamento, seleção, treinamento e avaliação de desempenho de pessoas em empresas de hospitalidade. Motivação, cultura corporativa e comportamento organizacional. Gestão, política, planejamento e capacitação de pessoas no ramo da hospitalidade. Rotatividade e absenteísmo. Cargos, funções e tarefas em empresas de hospitalidade.
Bibliografia Básica:
MULLINS, Laurie J. **Gestão da Hospitalidade e comportamento organizacional**.4ed. Porto Alegre: Bookman,2004.
CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas.** São Paulo: Campus, 2009.
CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade:** Conceitos e aplicações. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

SISTEMAS DE TRANSPORTES E TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: História dos deslocamentos. Evolução dos transportes e turismo. Tipologia dos transportes. Empresas de transporte turístico. Sinalização turística. Tendências e perspectivas no meio de transportes. Logística das viagens e da hospitalidade.
Bibliografia Básica:
PAGE, Stephen J. **Transporte e Turismo**. 2ed.Porto Alegre: Bookman, 2008.
ROMA, Ronaldo di. **Transportes no turismo.** Baureri: Manole,2002.
PALHARES, Guilherme Lohmann. **Transportes turísticos**. 2ed. São Paulo: Aleph, 2002.

MARKETING PROMOCIONAL APLICADO AO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Planejamento, organização e execução de estratégias de marketing promocional. Estratégias mercadológicas para a venda do produto e alcance da fidelidade do consumidor. Divulgação de eventos e produtos turísticos. Jornalismo de turismo. Mídia. Internet e sua utilização no marketing promocional do turismo. Campanha promocional integrada (propaganda, publicidade, merchandising, relações públicas, assessoria de imprensa, promoção de vendas e venda pessoal) para produtos turísticos. Marca e identidade do serviço ou lugar. Peças promocionais.
Bibliografia Básica:
SHIMP, Terence A. **Propaganda e Promoção**: Comunicação integrada de marketing. 7ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.
HOOLEY, Graham J.;SAUNDERS, John A.;PIERCY,Nigel F. **Estratégia de Marketing e Posicionamento competitivo.**3ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
KURTZ,David L. BOONE,Louis E. **Marketing Contemporâneo**.12ed.São Paulo: Cengage Learning,2009.

AGÊNCIAS E OPERADORAS DE TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Histórico das agências de viagens: evolução, tipologia e estrutura das agências de viagens e turismo. infra-estrutura necessária das agências para dar suporte ao mercado turístico com enfoque na oferta e na demanda de serviços. desenvolvimento de habilidades gerenciais e de conhecimentos administrativos e funcionais do mercado de agências de viagens. aplicação de sistemas de informação nas agências e operadoras de turismo.
Bibliografia Básica:
MONTEJANO, Jordi Montaner.**Estrutura do mercado turístico.** 2ed.São Paulo: Roca,2001.
BRAGA, Débora Cordeiro. **Agências de viagens e turismo:** Práticas de mercado Rio de janeiro: Elsevier, 2008.
TORRE, Francisco de La. **Agências de viagem e transporte**. São Paulo: Roca,2003.

PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conceitos, classificações e tipologia de eventos. Mercado de eventos no turismo. Cenários e potencialidades do setor. Empresas organizadoras e prestadoras de serviços para eventos. Associações de classe e legislação pertinentes. Gestão de eventos em hospitalidade. Orçamento, finanças e controle. Elaboração de projetos estratégicos para captação de eventos. Check list. Comunicação e marketing. Cerimonial e protocolo. O pós-evento.
Bibliografia Básica:
PAIVA, Hélio Afonso Braga de; NEVES, Marcos Fava. **Planejamento Estratégico de eventos**: Como organizar um plano estratégico para eventos turísticos e empresas de eventos. São Paulo: Atlas, 2008.
MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2007.
SANTOS, Luzmar de Siqueira. **Manual de eventos**. Brasília: EMBRAPA, 2006.

TURISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conceitos e definições de políticas públicas. Histórico das políticas públicas para o desenvolvimento do turismo em todas as esferas governamentais. Políticas públicas em função do desenvolvimento econômico, sócio-espacial, cultural do turismo e a estruturação do lugar turístico. Programas, planejamento e projetos do setor público voltado para o turismo. Políticas públicas em função do patrimônio cultural material (histórico-arquitetônico) e imaterial.
Bibliografia Básica:
COSTA, Jean Henrique; SOUSA, Michele(org). **Política de Turismo e desenvolvimento**: Reflexões gerais e experiências locais. Mossoró: Fundação Vingt-Um Rosado, 2010.
BENI, Mário Carlos. **Política e Planejamento do Turismo no Brasil.** São Paulo: Alpeh, 2006.
BARRETTO, Margaritta.**Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas: Papirus, 2003.

CONTABILIDADE DE HOTELARIA E RESTAURANTES - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Finanças e Contabilidade
Ementa: Aspectos normativos e legislativos das empresas hoteleiras; Contabilidade; custos. Legislação fiscal aplicada a empresas de hotelaria. Gestão da empresa hoteleira.
Bibliografia Básica:
LUNKES, Rogério João. **Manual de contabilidade hoteleira.** São Paulo: Atlas, 2004.
LAGE, Beatriz Helena Gelas. **Turismo, hotelaria e lazer.** São Paulo: Atlas, 2004.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC)- 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Planejamento da pesquisa. O processo da pesquisa. Execução da pesquisa. Aplicação, planejamento e desenvolvimento do projeto de TCC. Elaboração e defesa da monografia. Normas da ABNT.
_____. **NBR 10520**. Informação e documentação: apresentação de citações em documentos. Rio de Janeiro: 2002, 7 p.
_____. **NBR 6027**. Informação e documentação: sumário: apresentação. Rio de Janeiro, 2003. 2 p.
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro: 2002, 24p.
BRAMBILLA, Adriana. **Manual de TCC**. UFPB, João Pessoa: 2009.
LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

ESTUDOS TURÍSTICOS BRASILEIROS -04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Estudos e reflexões sobre temas atuais de turismo que envolvem aspectos de planejamento e marketing (nacionais, regionais e locais).
Bibliografia Básica:
URRY, John. **O olhar do turista:** Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas.3ed. São Paulo: Studio Nobel, 2003.
TRIBE, John. AIREY, David. **Educação internacional em Turismo**. São Paulo: SENAC,2008.
SANTANA, Augustin. **Antropologia do turismo:** analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.
SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável:** conceitos e impacto ambiental**.** São Paulo: Aleph, 2000.

CONTEÚDOS COMPLEMENTARES FLEXÍVEIS	120h/a

TÓPICOS ESPECIAIS EM TURISMO I – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conteúdo flexível. Ver atividades complementares em turismo e sua regulamentação.

TÓPICOS ESPECIAIS EM TURISMO II – 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conteúdo flexível. Ver atividades complementares em turismo e sua regulamentação

CONTEÚDOS COMPLEMENTARES OPTATIVOS	180h/a

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Introdução ao comportamento do consumidor. Etapas do comportamento de compra. A história do comportamento do turista. As variáveis determinantes no comportamento do consumidor. Modelos de comportamento do consumidor no turismo. Tipologias do comportamento do turista. A natureza da demanda em diferentes segmentos do mercado de turismo. Consumo e Consumerismo.

GESTÃO AMBIENTAL EM EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Abordagem integrada das relações empresariais e as questões sócio-ambientais. Sistema de planejamento no desenvolvimento sustentável. Conceitos, desempenho empresarial e viabilidade econômica. A política ambiental no Brasil. Sistema de gestão ambiental (SGA) em empresas turísticas. Estudo de impacto ambiental e relatório de impacto ambiental. Ecoficiência e Ecodesign.

ROTEIROS TURÍSTICOS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conceito, tipologia, características, interpretação e elaboração de roteiros turísticos. Inventário, mapeamento e diagnóstico de atrativos locais e regionais. Processos de planejamento, elaboração e comercialização de roteiros. Equipamentos turísticos e rotas. Roteiros turísticos e a interface cultural e ecológica da região. Sinalização turística. Circuitos e a cadeia produtiva do turismo.

GLOBALIZAÇÃO DO TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Breve histórico da globalização. Entorno internacional, intrasetorial e intersetorial. Estágios da globalização. Mundialização da economia do Turismo. Acordos internacionais. Crises diplomáticas e suas relações com turismo. Violência internacional, guerras e o turismo. Perspectivas do turismo global. O ambiente comercial internacional. Acordos de livre comércio. Corporações multinacionais. Culturas múltiplas e o turismo. Problemas sócio-econômicos e ecológicos do turismo global.

MUSEOLOGIA E TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: A história dos museus, seu papel, localização, tipologia e arquitetura. As coleções e exposições. O museu como centro difusor da cultura. Preservação do patrimônio cultural. Legado cultural e herança cultural. Museus como atrativos para o turismo. Papel social dos museus. Museografia.

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO EM HOSPITALIDADE - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Fundamentos dos sistemas de informação. Tecnologias da Informação para empresas de hospitalidade. Gerenciamento de dados. Telecomunicações e redes. Intranet, internet e extranets no turismo. E-business, e-commerce na atividade turística. Sistemas de apoio e suporte às decisões (SIM). Sistemas de informações gerenciais (SIG).Desafios éticos no gerenciamento de informações de empresas turísticas.

MARKETING E PATROCÍNIO CULTURAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Patrocínio e a marca. Patrocínio e Mecenato. O patrocínio e o brand equity. Modalidades de patrocínio. Leis de incentivo à cultura. Pesquisas de patrocínio. Patrocínio de eventos e o turismo. Patrocínio e suas ações promocionais. A avaliação do patrocínio. Novas tendências do patrocínio cultural. Políticas culturais. Cultura como produto turístico. Projetos culturais: Formatação e venda. Cultura, empresas e cidadania

COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E GESTÃO DE CRISES EM TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Definição de comunicação empresarial. Desenvolvimento de estratégias de comunicação empresarial. Comunicação estratégica. Identidade, imagem e reputação. Propaganda corporativa. Relações com a mídia. Comunicação interna. Relação com os stakeholders. Gestão e comunicação de crises em turismo. Planejamento de crises e medidas organizacionais. Ferramentas para gestão das crises em turismo. As esferas de atividade de crise. Métodos de análise e prognóstico.

TURISMO E DESENVOLVIMENTO DO NORDESTE - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Evolução do turismo no nordeste. Atividade turística nos Estados do nordeste. PRODETUR e as ações governamentais para desenvolvimento do nordeste. Políticas de turismo e território para o nordeste. Desenvolvimento regional e problemática sócio-econômica. Potencialidade e perspectivas do turismo para a região nordeste.

DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Antecedentes históricos das discussões ambientais: A primavera silenciosa de Rachel Carlson, O Clube de Roma, Conferência de Estocolmo, Carta de Belgrado, Conferência de Tblisi, Congresso Internacional de Moscou, o Relatório Bruntland e a Rio 92). O movimento ambientalista brasileiro e breve histórico da degradação ambiental no Brasil.Discussões atuais sobre sustentabilidade. Aspectos contemporâneos da sustentabilidade. Transversalidade e interdisciplinaridade da temática ambiental.

TURISMO E IDENTIDADE SOCIO - CULTURAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conceitos e definições da identidade social. Bases epistemológicas das ciências sociais para o estudo da identidade. Estudos Culturais Britânicos: a produção de Stuart Hall. Identidade como projeção imagética. Identidade e turismo. Turismo de base local e a identidade sociocultural do lugar. A produção da identidade turística do lugar: sociabilidades e intervenções da mídia. A identidade do lugar e o olhar do turista.

ESTUDOS DE CASO EM TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Quando usar os estudos de caso como método de pesquisa. O estudo de caso como método de pesquisa em turismo. Casos de sucesso em turismo. Tipos diferentes de estudos de caso. Projeto dos estudos de caso: Identificação estabelecimento da lógica do seu estudo de caso. Abordagem geral ao projeto de estudos de caso. Projetos de estudo de caso .O pesquisador do estudo de caso: habilidades desejadas .Preparação e treinamento para um estudo de caso em turismo.Análise da evidência do estudo de caso em turismo: Como iniciar sua análise, suas escolhas analíticas e como elas funcionam. Procedimentos na realização do relatório do estudo de caso para empresas de hospitalidade.

RELAÇÕES PÚBLICAS PARA O TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Interfaces entre relações públicas, turismo e hotelaria .A atividade de relações públicas no turismo: fomento ao turismo; Comunicação dirigida a diferentes públicos (trade turístico, turistas, agentes governamentais, população local); Estratégias de relações públicas para o fortalecimento da identidade do produto turístico; Projeto de relações públicas específicas para o turismo;

FOLKCOMUNICAÇÃO TURÍSTICA - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Interfaces entre folkcomunicação e turismo nos cenários da cultura popular; Estudos de fenômenos comunitários relativos ao turismo. Folkcomunicação como produto comercial do turismo; Estratégias de comunicação regional para o fortalecimento da imagem do turismo local.

GASTRONOMIA E TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Breve história da alimentação. A formação cultural (as etnias) da gastronomia no Brasil. Terminologia, abrangência e classificação da gastronomia. A gastronomia local como produto turístico no contexto do desenvolvimento sustentável. Tradição, bens culturais e tecnologias no contexto da gastronomia. Aspectos contemporâneos da gastronomia. Tendências da alimentação nos meios de hospitalidade. Rituais, festas e banquetes na diversidade regional. Pesquisas e práticas gastronômicas. A gastronomia como aspecto motivacional das viagens. Elaboração de cardápios.

ANÁLISE DO DISCURSO DAS REPRESENTAÇÕES TURÍSTICAS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Breve teoria da análise do discurso. Estratégias e estudo das formações discursivas no universo das representações turísticas; Estudo das apropriações e ressignificações dos elementos da cultura popular com objetivo comunicacional e turístico. Análise discursiva de campanhas mercadológicas e institucionais com objetivo da venda de produtos turísticos e solidificação da identidade cultural;

SEMINÁRIOS EM TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Disciplina com conteúdo aberto para contemplar as transformações sócio-culturais, econômicas e tecnológicas do turismo em nível global e local.

CULTURA ORGANIZACIONAL PARA O TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Sociedade e cultura organizacional; Organizações sociais e de trabalho; Práticas culturais e metas organizacionais em organizações turísticas; Aprendizagem e compreensão da cultura organizacional; Barreiras culturais às mudanças, à diversidade, às aquisições e às fusões. Cultura organizacional e as questões de poder, autoridade e comunicação nas organizações turísticas.

PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA EM TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conceitos, natureza e formas de manipulação da opinião pública; Tipos de pesquisa e etapas da pesquisa de opinião em empreendimentos turísticos: Formulação do problema, construção de hipóteses, determinação de objetivos, operacionalização dos conceitos e variáveis, seleção da amostra, elaboração dos instrumentos de coleta de dados, análise e interpretação dos resultados e elaboração do relatório final.

GESTÃO DE MEIOS DE HOSPEDAGEM II - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Novas tendências da hotelaria. Tipos de meios de hospedagem: novas discussões. A estrutura hoteleira local e do entorno. Meios de hospedagem alternativos. Residências secundárias. Inovação na hotelaria. A pequena hotelaria e o entorno municipal. Projetos hoteleiros: instalações físicas, áreas e equipamentos. Tendências e perspectivas da hotelaria no mundo.

TURISMO NO ESPAÇO RURAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Conceitos e especificidades das atividades turísticas ocorridas em espaços naturais (fora das áreas urbanas): ecoturismo, turismo rural, agroturismo, turismo de aventura, turismo esportivo, turismo cultural-paleontológico etc. Os sistemas agrários e o potencial para o agroturismo Aspectos históricos e culturais das paisagens dos espaços rurais.O envolvimento da comunidade autóctone. Características e potencialidades do agroturismo e do turismo rural, face à valorização da vida campestre, sua produção alimentar, usos, costumes e cultura. Hospedagem no meio rural. Sustentabilidade econômica, ecológica social e cultural do turismo rural. Produção turística no meio rural. Valorização da produção alimentar local e do artesanato associados ao turismo rural. Agroturismo e turismo. Modelo APL (Arranjo Produtivo Local).

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL EM TURISMO - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: O papel da imagem na atividade turística. Introdução aos meios audiovisuais. O uso da fotografia e vídeo para peças de divulgação turística. Vídeos publicitários e corporativos. Elementos básicos da comunicação visual: aspectos técnicos e estéticos.

PLANEJAMENTO AMBIENTAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Sistema ambiental e qualidade de vida. Conceitos, processos de trabalho e técnicas relevantes à dimensão ambiental do assentamento e apropriação territorial. Métodos atuais de planejamento ambiental; Uso e controle do meio-ambiente. Estudo das práticas recentes de planejamento ambiental realizados nos casos de grande projetos econômicos, grandes empreendimentos de infra-estrutura, impactos urbanos de concentrações industriais e as práticas de zoneamento ambientais elaboradas pela gestão pública.Gerenciamento da ocupação territorial.

MARKETING DE SERVIÇOS TURÍSTICOS PÚBLICOS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Marketing turístico em função do desenvolvimento auto-sustentável. Planejamento estratégico e o papel do marketing nos órgãos públicos. Execução de planos de marketing turístico no setor público. Plano diretor em conformidade com planos de marketing. Estruturação operacionalização e controle de serviços de turismo dos órgãos públicos. Mix de marketing para os serviços turísticos de competência governamental.

MARKETING DE USUÁRIOS ESPECIALIZADOS - 04 créditos (60h/a)
Departamento: Comunicação Social e Turismo
Ementa: Planejamento, estratégias e execução de planos de marketing em função da segmentação no turismo. Especificidades de públicos consumidores no turismo e de produtos turísticos. Sistemas de informação e promoção no marketing para o turismo segmentado. Mensuração e previsão de demanda de acordo com a segmentação nos setores turísticos. Mix de marketing para o turismo segmentado.

CONTABILIDADE GERENCIAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Finanças e Contabilidade
Ementa: Conceito e objetivo da contabilidade gerencial para a tomada de decisões; relatórios gerenciais; Fluxo de caixa como peça de tomada de decisão; Balanço patrimonial e demonstração de resultado das mutações do patrimônio líquido e das origens e aplicações de recursos projetados; Efeitos inflacionários na tomada de decisão e controle; Conversão das demonstrações financeiras para moedas estrangeiras; Consolidação de balanço patrimonial e demonstrações de resultado e de origem de aplicações de recursos; Fusão, incorporação e cisão de empresas.

CONTABILIDADE BÁSICA- 04 créditos (60h/a)
Departamento de Finanças e Contabilidade
Ementa: Fatos contábeis. Contas: Débito e crédito. Reservas e provisões. Depreciação, exaustão e amortização. Correção monetária. Demonstrações contábeis: Balancetes e outros relatórios contábeis. Registro de abertura de empresas.

CONTABILIDADE PÚBLICA- 04 créditos (60h/a)
Departamento de Finanças e Contabilidade
Ementa: Transmitira aos alunos dos cursos de Contábeis, Economia, Administração e Turismo uma visão geral da contabilidade aplicada às instituições públicas proporcionando-lhes compreensão plena de sua estrutura e funcionamento.

TURISMO E LAZER - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Educação Física
Ementa: A construção sócio-cultural do lazer e turismo. Conceituação do tempo livre e lazer. Atuação profissional do lazer no turismo. Lazer como fator de qualidade de vida. Planejamento e organização das atividades de lazer no âmbito turístico. Vivências práticas do lazer na atividade turística.

ADMINISTRAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Administração
Ementa: O Estado brasileiro e a administração das políticas públicas e sua relação com o desenvolvimento econômico e político do país. Planejamento, formulação e implantação das políticas públicas. As políticas públicas e a qualidade dos serviços.

PSICOLOGIA SOCIAL I - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Psicologia
Ementa: Evolução histórica da Psicologia Social. Primeiros debates na constituição da Psicologia Social (1850 – 1924)**:** o Social como fenômeno da natureza; reação contra o positivismo; *a völkerpsychologuie*; a Psicologia das Massas; o conductismo; o Interacionismo. Vertentes nos anos 20: Psicologia Social Psicológica e Psicologia Social Sociológica. A hegemonia da Psicologia Social Psicológica a partir dos 30. A crise da Psicologia Social (anos 60 e 70). Tendências da Psicologia Social dos anos 80 ao Século XXI: Cognição Social; Psicologia Européia (Representação Social; Minorias Consistentes; Identidade Social). Psicologia Social Pós-Moderna: Escola de Genebra; Psicologia retórica e Psicologia do discurso

PSICOLOGIA SOCIAL II - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Psicologia
Ementa: Os grandes temas da psicologia social: Percepção social; Construção Social da realidade; Agressão, Conflito e Violência Social; Grupos e relações inter-grupais; Preconceito e processos de exclusão social; Indivíduo, sociedade e cultura. Campos de aplicação da Psicologia Social.

UTILIZAÇÃO DE ECOSSISTEMAS AQUÁTICOS - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Sistemática e Ecologia
Ementa: Aspectos biológicos dos ecossistemas aquáticos continentais e marinhos, interações entre ambientes aquáticos e terrestres, formas de uso e principais problemas ambientais dos ecossistemas aquáticos. Medidas de conservação e proteção. Elaboração de roteiros para o ecoturismo nos ecossistemas aquáticos regionais.

ANTROPOLOGIA CULTURAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Ciências Sociais
Ementa: A disciplina antropológica e o conceito de cultura. Cultura e natureza, meio ambiente e relações sociais. Processos de transição. Tendências e estudos culturais.

CIÊNCIA POLÍTICA - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Ciências Sociais
Ementa: Ciência política e ideologia. Principais abordagens na ciência política clássica e contemporânea. Formação e evolução histórica da organização do poder. Formação do estado moderno. Estado moderno Estado e classes sociais. Sistemas políticos comparados. Formas de governo. Partidos. Sistemas partidários e grupos de pressão. Elementos básicos da esfera política. Democracia e cidadania.

CULTURA BRASILEIRA - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Ciências Sociais
Ementa: Conceito e tendências. O sistema cultural: religião, filosofia, ciências e ideologias. Sociedade e cultura. A transmissão de cultura. Poder e instituições culturais. Política e cultura no Brasil.

PRINCÍPIOS DE COMPUTAÇÃO - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Informática
Ementa: Conhecendo o computador. Conhecendo um processador de textos. Conhecendo uma planilha eletrônica. Conhecendo a internet.

PORTUGUÊS INSTRUMENTAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Línguas Clássicas e Vernáculas
Ementa: Leitura, análise e produção textual. O texto e sua dimensão: relações internas e externas. Habilidades básicas de produção textual: objetividade, clareza, concisão, precisão. Tipo de texto: o relatório (linguagem e estrutura, componentes discursivos, apresentação). Estudo e prática da norma culta escrita: ortografia e acentuação; concordância e regência, colocação nominal.

LINGUA BRASILEIRA DE SINAIS - LIBRAS - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Línguas Clássicas e Vernáculas
Ementa: Aspectos sócio-históricos, lingüísticos e culturais da surdez. Concepções de linguagem, língua e fala e suas implicações no campo da surdez. Elementos definidores do *status* lingüístico da língua de sinais. Aspectos fonológicos, morfológicos, sintáticos e semântico-pragmáticos da língua brasileira de sinais. A libras na relação fala/escrita.

ECONOMIA PARAIBANA - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Economia
Ementa: Processo de formação do espaço sócio-econômico paraibano durante o período primário-exportador. Política de substituição de importações e a indústria paraibana (1945-1980). Guerra fiscal e indústria nos anos 1990. Reestruturação produtiva e terceirização da economia paraibana. Os arranjos produtivos locais na Paraíba. Mercado de trabalho na Paraíba: a evolução recente.

INTRODUÇÃO À ECONOMIA INTERNACIONAL - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Economia
Ementa: 1.1 Painel de teorias sobre o comércio internacional: a. Teorias clássicas; b. A teoria da dotação relativa dos fatores. 1.2 Instrumentalidade no estudo do comércio internacional: a. Agente econômicos do exterior; b. Balanço de pagamentos; c. Sistema cambial; d. Movimento de capitais. 1.3 Globalização: a. Blocos e posições atuais das economias brasileira e mundial.

INTRODUÇÃO À ECONOMIA - 04 créditos (60h/a)
Departamento de Economia
Ementa: Microeconomia: fundamentos da teoria do consumidor e da firma. Macroeconomia: noções de sistema econômico, modelos macroeconômicos simplificados (economia aberta e fechada).