

EMENTÁRIO DAS DISCIPLINAS DO CURSO DE TURISMO (Currículo iniciado em 2020)

ALIMENTOS E BEBIDAS 51 h/a 2088/I

Importância da gastronomia na composição da oferta turística. Tipos de estabelecimentos, serviços, equipamentos e atendimento. Organograma das áreas de produção e consumo de alimentos e bebidas em estabelecimentos específicos. Mise-en-place de salão. Planejamento e elaboração de cardápios. Aspectos culturais da gastronomia.

ANÁLISE FINANCEIRA BÁSICA 34 h/a 2108/I

A interpretação das principais demonstrações financeiras. Gestão dinâmica do capital de giro e do fluxo de caixa. Financiamento das atividades operacionais. Estratégias focadas no lucro e administração de dívidas. Estrutura ótima de capitais. Orçamentos e análise de investimentos de capital.

ASPECTOS DE DIREITO EMPRESARIAL APLICÁVEIS AO TURISMO 51 h/a 2117/I

Aspectos da Ciência Jurídica aplicáveis ao Turismo: Sujeitos de Direito: Pessoa Física e Pessoa Jurídica; Empresa e Empresário; Espécies Societárias; Responsabilidade dos Sócios; Principais Espécies Contratuais Aplicáveis aos Empreendimentos Turísticos; Contrato de Trabalho: Empregado e Empregador; Direitos e Deveres da Relação de Emprego. Título de crédito: Espécies Cambiárias. Falência, Recuperação Judicial e Extrajudicial: caracterização e efeitos jurídicos, Insolvência e Crimes falimentares. Legislação de Direito Tributário. Os Tributos no Sistema Tributário Nacional. Processo Judicial Tributário.

CERIMONIAL, PROTOCOLO E ETIQUETA 34 h/a 2109/I

Conceitos: cerimonial, protocolo e etiqueta e sua aplicação no setor de eventos. Funções do Cerimonial e usos no turismo de eventos. O papel do cerimonialista e do mestre de cerimônias. Execução e avaliação de diferentes tipos de cerimonial (âmbito público, privado, empresarial e universitário). Ordem de precedência. Símbolos e protocolos em cerimônias oficiais. Etiqueta no convívio social e profissional no turismo, e etiqueta em diferentes solenidades e ocasiões.

COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS 51 h/a 2118/I

As ferramentas estratégicas e a avaliação de cenários que envolvam compra e venda de bens e serviços turísticos.

CONTABILIDADE BÁSICA 51 h/a 2079/I

O entendimento dos principais conceitos de contabilidade e dos impactos dos eventos econômicos nas demonstrações contábeis. A dinâmica da contabilidade para o registro de resultado e das variações patrimoniais, enfoque no sistema decisório com base nas principais demonstrações contábeis. Os critérios de reconhecimento e avaliação de ativos e passivos, voltados para interpretação das demonstrações e entendimento da sistemática contábil nas empresas.

CONTABILIDADE DE CUSTOS BÁSICA 51 h/a 2098/I

Identificação e controle de custos nas empresas prestadoras de serviços turísticos. Margem de contribuição. Ponto de equilíbrio. Análise de custos. Teoria das restrições (theory of constraints). Utilização dos custos para a determinação de preços de vendas. Impostos recuperáveis nas aquisições de materiais. Custo com salários e encargos sobre a mão-de-obra. Departamentalização.

CONTROLE FINANCEIRO 34 h/a 2089/I

Os principais tipos de controles financeiros, fluxo de caixa, capital de giro, contas a pagar e a receber. Processo de implantação de controles financeiros nas empresas. Estudo sobre os requisitos e adaptações necessários para a consecução do projeto de organização financeira nas empresas.

DESTINO TURÍSTICO E IMAGEM DA DESTINAÇÃO 34 h/a 2080/I

Caracterização de destino e produtos turísticos. Definição de imagem turística. Elementos de formação de imagem turística em função da oferta, da demanda e da especialização do mercado.

DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS I 51 h/a 2099/I

Agência de turismo: Legislação vigente, conceituação, aspectos históricos, classificação, tipologia, particularidades e a importância das agências no desenvolvimento do turismo. Funcionamento e estrutura organizacional. Sistemas operacionais utilizados pelas agências de turismo. Procedimentos para a abertura e gestão de uma agência. Relação agente/cliente. Órgãos fiscalizadores das agências. Perspectivas e realidades da atividade.

DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS II 51 h/a 2125/I

O papel do agente como consultor de viagens. Produtos e serviços em agências de turismo. Comissionamento. Tipos de transporte utilizados pelo turismo. Transporte turístico e seus instrumentos. O transporte e suas interferências no fluxo de turistas. Estrutura e funcionamento do sistema de transporte do Brasil. Serviços e equipamentos, operações básicas e segmentação de mercado.

ELABORAÇÃO DE PRODUTO TURÍSTICO 51 h/a 2090/I

Conceitos fundamentais em produtos turísticos. Análise do ciclo de vida do produto turístico. Análise do composto do produto turístico. Análise de portfólio de produtos turístico. Técnicas de avaliação do posicionamento mercadológico de produtos turísticos. Conceitos de branding, identidade e posicionamento.

ELABORAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS 51 h/a 2119/I

Tipos e características dos roteiros turísticos. Segmentação e nichos de mercado e seleção de atrativos e equipamentos turísticos para elaboração de roteiros. Técnicas para planejamento, organização e execução de roteiros turísticos. Destinos turísticos nacionais e internacionais e tendências de roteiros turísticos.

EMPREENDEDORISMO II 34 h/a 2110/I

Processo empreendedor. Formas de fomento. Plano de negócio. Decisões financeiras de curto, médio e longo prazo. Intraempreendedorismo.

EMPREENDEDORISMO I 34 h/a 2100/I

Origens históricas do empreendedorismo. Conceitos tipologias e características do empreendedorismo.

ENTRETENIMENTO E TURISMO 34 h/a 2126/I

Conceitos, planejamento, operação e gestão do entretenimento em serviços turísticos. Técnicas e práticas na execução de atividades lúdicas. Tendências e perspectivas de entretenimento no setor turístico.

ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM TURISMO II 34 h/a 2120/I

Projetos executados. Acompanhamento dos alunos no estágio na forma indireta. Relatórios parciais. Relatório final das atividades desenvolvidas durante o estágio. Apresentação dos resultados do estágio em sala de aula.

ESTÁGIO SUPERVISIONADO EM TURISMO I 51 h/a 2111/I

Regulamento de estágio, legislação, conceitos, tipologias e objetivos de estágio. Áreas de estágio na atividade turística. Situação do mercado de trabalho. Perfil e conduta profissional.

Identificação dos locais de estágio. Orientação aos termos de estágio e seguros. Elaboração do projeto e plano de estágio.

GEOGRAFIA HUMANA 34 h/a 2081/I

As sociedades e as perspectivas de Natureza. O espaço rural frente às transformações globais. Relação campo-cidade. As cidades e a organização do espaço. O processo de industrialização no Brasil e seus desdobramentos. Regionalização do espaço brasileiro e mundial. Dinâmicas migratórias.

GESTÃO DE EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS 34 h/a 2101/I

A Administração: conceitos introdutórios e campos de ação, atividades e habilidades gerenciais. O processo administrativo. Organizações sociais: características, objetivos, funções e recursos organizacionais sociais. Ambiente das organizações. O Processo decisório. As funções administrativas: planejamento; organização; direção e controle.

GESTÃO DE PESSOAS 34 h/a 2121/I

História das relações de trabalho. Ambiente de trabalho: conflitos, flexibilização e QVT. Descrição de cargos. Recrutamento. Seleção. Treinamento. Planejamento de recursos humanos: benefícios, carreira, folha de pagamento e cargos e salários.

GESTÃO FINANCEIRA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS 51 h/a 2112/I

Introdução a administração financeira. Estratégias e decisões financeiras. Formulação de preço de venda. Orçamento de capital. Técnicas de uso de calculadora financeira e planilha eletrônica.

INOVAÇÃO EM TURISMO 34 h/a 2102/I

Conceito de inovação e como é acionado no turismo. Tipos de inovação e seus usos turísticos. Evolução conceitual e teórica da inovação. Estratégias de inovação aplicadas ao turismo. Inovação e competitividade no setor turístico. A inovação na atividade turística; características e especificidades. Criatividade, aprendizado e criação de valor no turismo. Indicadores de inovação. Planejamento e gestão do processo de inovação. Inovação aberta. Desenvolvimento da capacidade inovadora no ambiente turístico.

INSTRUMENTOS DE ORIENTAÇÃO DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO I 51 h/a 2103/I

Conceitos básicos e fundamentos de cartografia e suas relações com o turismo. Representações e Projeções Cartográficas. Elementos Cartográficos: Simbologia, Legenda e Escala. Cartografia Digital. Introdução ao Geoprocessamento e seus usos turísticos.

INSTRUMENTOS DE ORIENTAÇÃO DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO II 51 h/a 2113/I

Operacionalização de softwares. Tipos de Dados: Raster e Vetor. Fontes, coletas e processamento de dados no planejamento turístico. Tratamento, tabulação e análise de dados em projetos turísticos. Geração e edição de mapas turísticos. Sistemas de Informação Geográfica (SIG).

INTERPRETAÇÃO DO PATRIMÔNIO 34 h/a 2091/I

Reflexão sobre patrimônio ambiental e cultural e a sua turistificação. Relações entre patrimônio, comunidade local e visitantes. Princípios e técnicas de interpretação do patrimônio. Interpretação, comunicação e tecnologias do patrimônio turístico. Plano turístico interpretativo. Educação Ambiental e Patrimonial.

INTRODUÇÃO À EXTENSÃO 51 h/a 2082/I

Funcionamento de uma Universidade. A função acadêmica e social da extensão universitária. O papel e contribuição do universitário extensionista do curso de Turismo para a sociedade. Procedimentos metodológicos e técnico-científicos de projetos e atividades de extensão universitária relacionada ao Turismo, articulados ao ensino de graduação e à pesquisa. A

extensão universitária nas Universidades Públicas Brasileiras. Elaboração e execução de projetos de extensão em turismo.

INTRODUÇÃO AO ESTUDO DO TURISMO I 51 h/a 2078/I

História e evolução do turismo. Conceitos, escolas e a relação com outras ciências. Tipologia e formas de turismo. Terminologia e classificação turística. Tipos de equipamentos e serviços turísticos. Infraestrutura turística. Visão do curso, de profissão e ofertas. Turismo como estudo interdisciplinar. As variáveis do fenômeno turístico, suas relações de causa e efeito. O ensino e a pesquisa do turismo: possibilidades e limitações. Potencialidades e perspectivas da atividade turística.

INTRODUÇÃO AO ESTUDO DO TURISMO II 34 h/a 2092/I

Importância dos órgãos oficiais de turismo (públicos e privados). Componentes estruturais, institucionais e operacionais do turismo, o sistema turístico e sua composição.

INTRODUÇÃO AOS MEIOS DE HOSPEDAGEM 51 h/a 2104/I

História, evolução e definições. Tipologia dos meios de hospedagem. Categorização do produto hoteleiro. Padrões de hotéis, e cadeias hoteleiras. Aspecto do mercado e particularidades do ramo. Turismo e Hotelaria no Brasil. Formas de administração: franquias, empresas familiares. Tipologia de Uhs. Tipos de ocupação. Legislação aplicada ao setor. Evolução e tendências da hotelaria no Brasil e no mundo.

LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTO 34 h/a 2083/I

Noções fundamentais de coesão, coerência, clareza, informatividade e adequação na produção de diferentes gêneros textuais. Análise de textos relacionados à prática profissional. Revisão e reescrita orientada dos textos produzidos. Tópicos de escrita da norma padrão. Redação técnica.

LÍNGUA ESTRANGEIRA – ESPANHOL INSTRUMENTAL 34 h/a 2093/I

Fundamentos básicos da língua espanhola. Instrumentação técnica e estratégica para a compreensão leitora e tradução em língua espanhola, a partir de temas relacionados à área do Turismo.

MARKETING TURÍSTICO 34 h/a 2084/I

Conceitos de marketing e turismo. Análise do ambiente e das oportunidades de marketing turístico. Fixação de objetivos de marketing e políticas de segmentação do mercado turístico. Estratégia do composto de marketing: produto, preço, Logística e promoção específicos do turismo. Plano de marketing turístico: sistema de informação de marketing, análise da Situação, programas de ação e controle.

OPERACIONALIZAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM 85 h/a 2114/I

Estrutura organizacional do hotel. Comunicação interdepartamental em hotéis. Departamentalização: cargos e atividades. Organograma e fluxo de trabalho dos hotéis. Estrutura e organização hoteleira.

PESQUISA EM MARKETING TURÍSTICO 34 h/a 2094/I

Conceituação e funções da pesquisa de mercado turístico. Etapas da pesquisa de mercado turístico. Tipos de pesquisa: quantitativas e qualitativas. Formas de coleta de dados. Elaboração dos instrumentos de coleta de dados. Apresentação e análise dos resultados.

PLANEJAMENTO DO TURISMO 34 h/a 2105/I

Planejamento turístico: conceitos, princípios, dimensões e classificações. Conceito de plano, programa e projeto turísticos. Planejamento turístico participativo. Planejamento turístico regional. Planejamento turístico municipal.

PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO EM ÁREAS NATURAIS 51 h/a 2127/I

Teoria Geral dos Sistemas Turísticos. Planejamento ambiental: marco conceitual, etapas, estrutura e instrumentos. Fragilidade física ambiental. Conceitos, definições e objetivos da Avaliação de Impacto Ambiental. Diagnóstico ambiental. Planejamento, Implementação e Gestão de Unidades de Conservação.

PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS 51 h/a 2106/I

Conceitos básicos, classificação e tipologias de eventos. Oportunidades do mercado de eventos. Técnicas de planejamento e organização de eventos. Elaboração e execução de projetos para eventos.

POLÍTICAS PÚBLICAS EM TURISMO 51 h/a 2115/I

Panorama mundial e ações governamentais sobre o turismo; as políticas públicas de turismo no Brasil; órgãos reguladores e de fomento ao turismo; o terceiro setor e o turismo; influência da sociedade sobre políticas públicas na área de turismo.

PRÁTICA E ÉTICA NO TURISMO 34 h/a 2085

Ética no estudo do Turismo. Código Global de Ética para o Turismo. Código de Ética do Bacharel em Turismo. Ética na prática profissional no turismo. Estudos de caso em turismo. Educação em Direitos Humanos. Estatuto do Idoso.

PROJETO INTEGRADOR 51 h/a 2128/I

Desenvolver ações intervencionistas em empresas turísticas ou comunidade em geral por meio de trabalho em grupo, comunicação oral e escrita, resolução de problemas, pensamento criativo, metodologia de desenvolvimento de projetos turísticos visando o desenvolvimento das competências adquiridas ao longo do curso por meio da aplicação de projetos.

QUALIDADE DE PRODUTOS TURÍSTICOS 51 h/a 2129/I

Gestão pela qualidade total e sua aplicação no setor turístico. Família de normas ISO: 9000, 9001, 9004 e 19011. Política da qualidade e usos nas organizações turísticas. Fatores determinantes e influenciadores da qualidade do produto turístico e serviços. Qualidade na prestação de serviços pelo método SERVQUAL entre outros.

RELAÇÕES DO MERCADO TURÍSTICO 51 h/a 2095/I

Compreensão básica de microeconomia aplicada aos estudos turísticos. Estudo dos principais agregados macroeconômicos e o comportamento do mercado turístico de bens e serviços turísticos. Balança de pagamento e a conta viagens internacionais. Efeito da inflação no turismo e a compreensão dos impactos decorrentes da política econômica sobre o setor de Turismo.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE PESQUISA EM TURISMO 51 h/a 2096/I

Conceituação de pesquisa científica, foco na produção em turismo. A necessidade da produção científica do turismo na Universidade. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. Textos técnicos de turismo e outros. Passos para a elaboração de projetos de pesquisa em turismo. Elaboração e execução de trabalhos científicos em turismo.

TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM TURISMO II 34 h/a 2116/I

Redes sociais, aplicativos, sites e outras tecnologias de comunicação aplicadas ao turismo. Mídias sociais e turismo – gerar, coletar e analisar informação. Temas emergentes das TIC em turismo.

TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO EM TURISMO I 51 h/a 2086/I

Subculturas digitais e suas relações com o turismo. Cibersociedade e o viés turístico. Turista conectado. Economia digital: comércio eletrônico no turismo. Relacionamento entre empresas e consumidores no turismo da era digital. Temas e cenários emergentes nas TIC relacionados ao

turismo.

TÓPICOS ESPECIAIS EM TURISMO 34 h/a 2130/I

Conteúdos relacionados a tendências, realidades e acontecimentos atuais que venham a influenciar e a determinar novos paradigmas na atividade do turismo.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I 34 h/a 2122/I

Regulamento do Trabalho de Conclusão de Curso em Turismo. Orientação sobre normas técnicas de formatação e escrita de trabalhos científicos. Etapas necessárias para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II 34 h/a 2131/I

Elaboração de trabalho de conclusão de curso, sob orientação docente. Apresentação de trabalho de conclusão de curso.

TURISMO 4.0 34 h/a 2107/I

A Era pós-digital e sua influência no turismo. Inteligência artificial, internet das coisas, big data, computação em nuvem e robótica no setor turístico. Turista consumidor 4.0. Economia colaborativa no turismo. Temas emergentes do turismo 4.0.

TURISMO CULTURAL 51 h/a 2087/I

Introdução aos conceitos de cultura e identidade e suas relações com o turismo. Formação étnico e social do Brasil. Patrimônio cultural material e imaterial e os usos turísticos. Folclore e turismo. Artesanato e turismo. Museus e turismo. Órgãos de proteção patrimonial nacionais e internacional. Destinos turísticos culturais do Paraná com ênfase na região Centro-Sul.

TURISMO E AMBIENTE 51 h/a 2097/I

Ambiente, ecologia e turismo. Problemas ambientais globais e locais. Biodiversidade e Geodiversidade: sua relação com o turismo. Legislações específicas para proteção e conservação do ambiente. Turismo e Desenvolvimento Sustentável. Unidades de Conservação e o Turismo. Educação Ambiental teoria e prática.

TURISMO E CIDADES 34 h/a 2132/I

Cidade e espaço urbano e as relações com o turismo. Espaço Turístico Urbano. Elementos urbanos e sua influência na dinâmica do turismo. Educação Ambiental nos ambientes urbanos.

TURISMO EM ÁREAS NATURAIS 68 h/a 2123/I

Conceitos, fundamentos e desafios do Ecoturismo, Turismo de Aventura e Geoturismo. Comunidades Tradicionais e o turismo. Planos de Manejo e Zoneamento Ambiental e sua relação com o turismo. Perspectivas, potencialidades e limitações ao turismo em áreas naturais na região Centro-Sul do Estado do Paraná. Educação Ambiental como um instrumento de interação sujeito-meio na atividade turística.

TURISMO RURAL 34 h/a 2133/I

Conceitos, definições e a evolução do turismo rural brasileiro. Turismo Rural e suas tipologias e segmentações. Unidades agrícolas familiares. Produtos turísticos, infraestrutura de apoio, equipamentos e serviços turísticos no meio rural. Gestão coletiva do turismo rural. Estudo de caso.

TURISMO SOCIAL 51 h/a 2124/I

Turismo e demandas sociais: inclusão/exclusão e a cidade. Turismo, mediação e cidadania. história do turismo social no Brasil e no mundo. O serviço social do comércio e o turismo social: propostas e ações.

DISCIPLINAS OPTATIVAS

CONSULTORIA TURÍSTICA 51 h/a 2137/I

Conceitos e termos utilizados em consultoria. Funções do consultor turístico. Mercado de trabalho para o consultor em turismo. Análises de mercado turístico. Análises de reposicionamento estratégico. Diagnósticos empresariais. Avaliação de empreendimentos turísticos. Gerenciamento de projetos turísticos.

FUNDAMENTOS DO LAZER 51 h/a 2138/I

Distribuição do tempo de trabalho e o tempo livre no percurso da história da sociedade ocidental. Correntes teóricas que estudam o lazer como fenômeno social. Características do lazer e suas tendências na sociedade contemporânea. Equipamentos de lazer no espaço urbano e as políticas públicas de gestão.

LÍNGUA BRASILEIRA DE SINAIS – LIBRAS 51 h/a 2134/I

Aspectos Históricos: cultura surda, identidade e língua de sinais. Estudo da legislação e das políticas de inclusão de pessoas com surdez. O ensino de Libras e noções básicas dos aspectos linguísticos. Introdução às práticas de compreensão e produção em LIBRAS por meio do uso de estruturas e funções comunicativas elementares.

PRODUÇÃO CULTURAL E TURISMO 51 h/a 2139/I

Conceitos do universo da produção cultural e suas relações com turismo contemporâneo. Campos de atuação para o turismólogo. Análise das políticas públicas e ações não governamentais na cultura e suas aplicações no turismo.

TURISMO DE BASE LOCAL 51 h/a 2135/I

Histórico, conceitos e definições. Perfil dos praticantes. Populações tradicionais e suas relações com o turismo. Destinos de Turismo Comunitário. Desafios e oportunidades das comunidades em relação ao turismo. Estudos de Caso.

TURISMO E PAISAGEM 51 h/a 2136/I

Estrutura da paisagem – componentes, elementos e dimensões da paisagem. A atividade turística e as suas relações com o espaço e com a paisagem. As paisagens como recursos turísticos. Alterações paisagísticas recorrentes ao turismo. A paisagem como unidade de análise e planejamento da atividade turística. Estudos de Caso no turismo.