

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

CAMPUS ARAPIRACA

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE TURISMO

MACEIÓ / 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

CAMPUS ARAPIRACA

Pólo Penedo

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE TURISMO

Projeto elaborado como requisito para implantação do Curso de Turismo no Campus Arapiraca, objetivando a implantação da política de interiorização da UFAL.

Maceió / 2007

SUMÁRIO

IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	04
I. O PERFIL	05
II. COMPETÊNCIA E HABILIDADES	05
III. HABILITAÇÕES E ÊNFASES	06
IV. A MATRIZ CURRICULAR	06
1. APRESENTAÇÃO	08
2. JUSTIFICATIVA	09
3. ORDENAMENTO CURRICULAR	10
4. ATIVIDADES COMPLEMENTARES	35
5. ESTÁGIO	36
6. AVALIAÇÃO	36

IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR: Universidade Federal de Alagoas – Campus Arapiraca – Pólo Penedo

NOME DO CURSO: Curso Superior de Turismo

TÍTULO OFERTADO: Bacharel em Turismo

DOCUMENTO DE AUTORIZAÇÃO: Processo 23000.021478/2006.72
PARECER CSE 52/2007

TURNO: Diurno

CARGA HORÁRIA: 3.320 horas

DURAÇÃO: 04 a 07 anos

VAGAS: 40 anuais

PERFIL DO EGRESSO: Formação **generalista**, no sentido tanto do conhecimento geral, das ciências humanas, sociais, políticas e econômicas como também uma **formação especializada**, constituída de conhecimentos específicos, sobretudo nas áreas culturais, históricas, ambientais, antropológicas, de Inventário do Patrimônio Histórico e Cultural, bem com o agenciamento, organização e gerenciamento de eventos e a administração do fluxo turístico.

CAMPO DE TRABALHO: áreas culturais, históricas, ambientais, antropológicas, de Inventário do Patrimônio Histórico e Cultural, bem com o agenciamento, organização e gerenciamento de eventos e a administração do fluxo turístico.

FORMA DE INGRESSO: PSS

COLEGIADO DO CURSO:

Prof. Dr. Marcelo Ribeiro

Profª Drª Silvana Pirillo Ramos

Prof. Msc. Alan Curcino

Prof. Msc. Sandro Medeiros

Prof. Msc. Sérgio Onofre Seixas Araújo

Prof. Msc. David Nadler

1. INTRODUÇÃO

O curso superior de turismo da Universidade Federal de Alagoas oferece a possibilidade de formação de gestores no setor de turismo e hospitalidade, área em franco crescimento no estado de Alagoas e que carece de mão de obra qualificada. A existência de um curso de turismo em uma cidade do interior do estado, Penedo, que possui potencial turístico, é um duplo desafio: primeiro, gerar novos profissionais que possuam qualidades universais e, segundo, ajudar no desenvolvimento turístico da região sul do estado, onde estes profissionais também possam vir a atuar.

Promovendo o desenvolvimento das concepções humanísticas de gestão, dos valores de responsabilidade social e ética profissional com prestadores de serviços, clientes e colaboradores. Oferece, por meio de um corpo docente qualificado a visão global das tendências do mercado, do planejamento estratégico de gestão e da importância da liderança com eficiência e eficácia comprometidas com a excelência na qualidade dos produtos e serviços.

Trata-se da formação de gestores atrelados às necessidades da sociedade global e da reestruturação capitalista, principalmente aos princípios do desenvolvimento sustentável e a efetiva política como “a espinha dorsal do formular (Planejamento), do pensar (plano), do fazer (projetos e programas), do executar (preservação, conservação, utilização e ressignificação dos patrimônios natural e cultural e sua sustentabilidade), do reprogramar (estratégia) e do fomentar (investimentos e venda) e do desenvolvimento turístico de um país ou de uma região e seus produtos finais (BENI: 2000, p.77).

O profissional do turismo e da hospitalidade deve estar preparado para as constantes mudanças que o turismo demanda, além de buscar novas formas de atuação, onde o empreendedorismo seja uma constante. Sendo o Brasil um país que necessita de profissionais capacitados e qualificados na prestação de serviços em um setor em expansão como o turismo, entendemos que o egresso do curso de turismo da Universidade Federal de Alagoas esteja apto a partir de sua formação, em atuar não somente em Alagoas como em outros mercados.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo, em 1999 o turismo foi responsável pela geração de 192 milhões de empregos no mundo. Em 2000, a receita mundial no setor atingiu US\$ 476 trilhões, aumentando 4,5% em relação ao ano anterior. Em 2001, os investimentos turísticos mundiais chegaram a US\$ 656,7 bilhões, representando 10% do produto interno bruto mundial em 2003. Em termos de viagens, houve um acréscimo de 7,4% de 1999 para 2000, compreendendo um total de 698 milhões de pessoas. Ainda, segundo pesquisas de projeção da OMT, até 2020, o fluxo turístico triplicará no mundo.

O fenômeno do desenvolvimento do turismo conduz o Brasil ao vigésimo lugar no ranking da OMT, classificando-se como o quarto entre as Américas. No setor há um movimento de cerca de R\$ 4,4 bilhões por ano, equivalente a 10% do PIB nacional.

No Nordeste, o projeto de desenvolvimento turístico é marcado significativamente pela criação do Programa de Ação para o Desenvolvimento do Nordeste – Prodetur¹. O programa se constitui por projetos de intervenção em infra-estrutura portuária, saneamento energia, telecomunicações, recuperação de patrimônio histórico, equipamentos e serviços, estudos e projetos, marketing e recursos humanos. Sua atividade, entre outras, consiste em avaliar, estabelecer prioridades e criar condições para a implementação dos projetos turísticos que os estados encaminham.

Percebe-se no cenário mundial uma crescente transformação dos clientes, que se tornam cada vez mais exigentes e com expectativas muito peculiares com relação aos mais diversos serviços ofertados. Trabalhar com esse cliente, mais exigente, informado e convicto de seus anseios, na indústria da hospitalidade é algo que envolve muitos conhecimentos e extrema sensibilidade do profissional para conseguir percebê-las e atingi-las.

O desenvolvimento da indústria da hospitalidade, com planejamento estratégico, aprimoramento da infra-estrutura, e dos serviços, e principalmente com gestores capazes de liderarem, constituírem e avaliarem equipes permitindo com criatividade e eficiência, seu permanente aprimoramento é elemento fundamental exigido por um mercado em franca expansão.

Embora a relação entre a Indústria da Hospitalidade e o Turismo seja muito estreita, uma vez que o Turista chega à determinada localidade em busca dos serviços de hospedagem, alimentação e entretenimento, é importante definir a abrangência do que se denomina Indústria da Hospitalidade:

“A indústria da Hospitalidade é um setor diversificado que abrange hotéis, restaurantes, bares credenciados, pousadas, empresas de catering (produção de refeições para consumo próprio ou para fornecimento a terceiros) dos setores público e privado: na verdade qualquer organização que sirva alimentos e/ou bebidas e/ou ofereça hospedagem para pessoas que estão longe de casa” (GUERRIER, 2000, p.53).

Sendo um fenômeno socioeconômico da segunda metade do século XX, com desdobramentos nos territórios onde se estabelece, o turismo necessita de profissionais

¹ A portaria nº 1 de 29/11/1991 instituiu, conjuntamente com a Sudene (Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste) e da Embratur (Empresa Brasileira de Turismo) o Prodetur – Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo do Nordeste – tendo como principal proposta promover e organizar o desenvolvimento do turismo na região (Nove estados nordestinos e o estado de Minas Gerais).

comprometidos com a ética ambiental e com critérios de sustentabilidade, onde as comunidades locais possam perceber a importância e gerir seu próprio desenvolvimento através do turismo.

A criação do curso de Superior de graduação em turismo vai de encontro à necessidade da formação de um gestor crítico, dinâmico socialmente responsável que saiba identificar a demanda dos clientes e de seus colaboradores que consomem e produzem produtos e serviços tão peculiares e trabalhá-las com sensibilidade. Um gestor que tenha a dimensão de que o produto dessa indústria apresenta muitas especificidades em sua elaboração e que o bom desempenho de sua organização que oferta hospitalidade depende de políticas públicas que organizem o ambiente maior contribuindo para o desenvolvimento da cidadania, de um plano de educação coletiva e principalmente do incentivo ao desenvolvimento social auto-sustentável.

Em uma área complexa e ampla como o turismo e a hospitalidade em que a pesquisa é fundamental, o curso de turismo se propõe a produzir conhecimento e criar pontes entre o conhecimento acadêmico e o mercado, possibilitando um maior campo de trabalho para os egressos e possibilitando oportunidades.

2 - O PERFIL

O Curso de bacharelado em Turismo do Campus Arapiraca - UFAL, incorpora ao seu Projeto Pedagógico o perfil profissional presente no documento Diretrizes Curriculares (CNE/CES 0288/2003, aprovado em 06/11/2000, que enfatiza “uma **formação generalista**, no sentido tanto do conhecimento geral, das ciências humanas, sociais, políticas e econômicas como também uma **formação especializada**, constituída de conhecimentos específicos, sobretudo nas áreas culturais, históricas, ambientais, antropológicas, de Inventário do Patrimônio Histórico e Cultural, bem com o agenciamento, organização e gerenciamento de eventos e a administração do fluxo turístico.

3 - COMPETÊNCIAS E HABILIDADES

O curso de graduação em Turismo, conforme a legislação citada no item anterior expressa as seguintes competências e habilidades:

- compreensão das políticas nacionais e regionais sobre turismo e contribuição na elaboração dos planos municipais e estaduais de turismo;
- utilização de metodologia adequada para o planejamento das ações turísticas, abrangendo projetos, planos e programas, com os eventos locais, regionais, nacionais e internacionais;
- domínio das técnicas indispensáveis ao planejamento e à operacionalização do Inventário Turístico, detectando áreas de novos negócios e de novos campos turísticos e de permutas culturais, além de planejamento e operacionalização de estudos de viabilidade econômico-financeira para os empreendimentos e projetos turísticos;

- classificação, sobre critérios prévios e adequados, de estabelecimentos prestadores de serviços turísticos, incluindo meios de hospedagens, transportadoras, agências de turismo, empresas promotoras de eventos e de outras áreas, postas com segurança à disposição do mercado turístico e de sua expansão;
- domínios de técnicas relacionadas com a seleção e avaliação de informações geográficas, históricas, artísticas, esportivas, recreativas e de entretenimento, folclóricas, artesanais, gastronômicas, religiosas, políticas e outros traços culturais, como diversas formas de manifestação da comunidade humana, como também técnicas indispensáveis ao estudo dos diferentes mercados turísticos, identificando os prioritários, inclusive para efeito de oferta adequada a cada perfil do turista;
- habilidade no manejo com a informática e com outros recursos tecnológicos;
- integração nas ações de equipes interdisciplinares e multidisciplinares interagindo criativamente nos diferentes contextos organizacionais e sociais;

O exercício profissional dos bacharéis em Turismo encontra-se em fase de regulamentação no Brasil, conforme PROJETO DE LEI DO SENADO N 290/2001 que define as atribuições e atividades pertinentes aos turismólogos .

4 - HABILITAÇÕES E ÊNFASES

A profissão de Turismólogo **habilitação de caráter nacional**, contempla duas modalidades profissionais Bacharel em Turismo e Bacharel em Hotelaria e o pleno exercício profissional é assegurado pelo registro do diploma e do histórico escolar. Assim, o currículo do Curso deve possibilitar ao aluno uma ampla formação acadêmica, habilitando-o ao pleno exercício das diversas atividades profissionais.

Este Projeto Pedagógico defende como eixo da formação do **Turismólogo** a modalidade do Bacharel em Turismo, de modo que possibilite a formação de um profissional apto a atuar em mercados altamente competitivos e em constante transformação, cujas opções possuem impactos profundos na vida social, econômica e no meio ambiente.

Em face às necessidades regionais e ao contexto em que se insere o Curso de Turismo-Campus Arapiraca - UFAL pretende-se dar **ênfase às práticas de atividades turísticas voltadas para patrimônio artístico e cultural como também ao turismo com base nos recursos naturais, sobretudo** no que diz respeito a sua relação com o lazer e desenvolvimento sustentável.

Esta preocupação decorre da constatação de que a atividade turística ocorre em diferentes escalas, regionais ou locais dentro de um mesmo país, até planetária, não poupando nenhum território: zonas glaciais, cadeias terciárias, na cidade, no campo, nas florestas, desertos, oceanos, mares, lagos, rios, regiões submarinas e regiões litorâneas, criando e recriando espaços diversificados, movimentando enorme volume de pessoas e de capital.

No Brasil o turismo vem ocorrendo em escala crescente; exemplos são conhecidos desde o Acre até o litoral brasileiro, e desde o Chuí aos mais longínquos rincões de Roraima. O litoral brasileiro por suas longas extensões, paisagens exuberantes e concentrações de capitais de estados se observa que ocorre de forma mais intensa. O advento dos vãos

fretados e a descoberta de novos destinos turísticos propiciaram um crescimento no turismo nacional.

No caso do estado de Alagoas, o turismo estruturado como atividade econômica produtiva teve início em 1986 com a criação da EMATUR - EMPRESA ALAGOANA DE TURISMO e a partir da iniciativa privada, com a implantação do *Hotel Jatiúca*, consolidou Alagoas como um dos principais destinos turístico do Nordeste. Atualmente, além da presença do turismo na litoral alagoano, todo Estado de Alagoas foi incorporado para o desenvolvimento dessa atividade, visto no projeto de Regionalização do Turismo elaborado pelo Ministério do Turismo e Secretaria Estadual de Turismo, verificando-se que o Campus de Arapiraca da UFAL, está inserido em uma dessas regiões turísticas, configurando-se um amplo campo de atuação profissional.

5 - A MATRIZ CURRICULAR

A estrutura curricular apresentada neste Projeto Pedagógico Curso de Turismo foi organizada em consonância com as determinações contidas nas Diretrizes Curriculares estabelecidas no parecer do Conselho Nacional de Educação/CNE/CES 0288/2003, aprovado em 06 de novembro de 2005.

O curso de Turismo do Campus Arapiraca/UFAL, tem a duração mínima de 04 e máxima de 07 anos. Seu **currículo pleno** está estruturado em 8 semestres, de acordo com o proposto no Projeto de Interiorização da UFAL, onde o primeiro período destina-se às disciplinas do **Eixo Comum**, o segundo às do **Eixo Intermediário** (comuns ao Eixo de Gestão) e os 6 restantes, às de **formação específica do bacharel em Turismo**.

É imprescindível que o aluno desenvolva atividades ligadas aos conteúdos específicos a exemplo de excursões técnicas, que são laboratórios reais do fenômeno turístico, experiências relacionadas à pesquisa e a extensão e para isto atividades ligadas aos projetos de Iniciação Científica e de Extensão. Essas últimas serão contempladas pelas disciplinas ligadas ao Laboratório de Turismo.

O curso terá um total de **3.230** horas/aula, correspondendo a 36 disciplinas obrigatórias (**2.700** horas/aula) e um mínimo de duas (02) disciplinas eletivas (**120** horas). Fica facultado ao aluno a possibilidade de cursar outras disciplinas eletivas ofertadas, bem com realizar atividades para consignação de carga horária no decorrer do curso. No elenco de disciplinas eletivas o aluno deverá cursar aquelas que são oferecidas pelo curso e/ou buscar outras de interesse na área em que deseja atuar criando condições para que este futuro profissional, na sua fase de formação, ganhe autonomia e iniciativa a partir de um currículo mais flexível que possibilite a construção da sua prática profissional. As horas/aula de disciplinas eletivas cursadas e/ou as atividades para a carga horária flexível realizadas que ultrapassem a carga horária total serão lançadas no histórico escolar do aluno, somando-se à sua integralização curricular.

A cada semestre, sugere-se que sejam realizadas atividades, procurando promover e discutir a associação entre os conteúdos das disciplinas, na busca de articular ao máximo os conteúdos formadores e as experiências individuais e coletivas, permitindo experimentações, aberturas a interdisciplinaridade e contatos com as práticas a serem desenvolvidas na futura atividade profissional.

Após a integralização dos conteúdos obrigatórios é exigida a **elaboração e defesa de um trabalho individual** (TRABALHO CONCLUSÃO DE CURSO - TCC) com temática relacionada ao exercício profissional e com **o apoio de um professor orientador** (Portaria 1770 e do Parecer CNE/CES de 06/04/2005). O TCC é previsto como atividade obrigatória, tendo carga horária para integralização correspondente a 120 horas.

6. ORDENAMENTO CURRICULAR

Carga Horária Total : 3230
HORAS
Disciplinas:2700 horas

Trabalho de Conclusão de
Curso(TCC): 120 HORAS
Estágio:280 horas
Atividades
Complementares:130 h

OBS: Todas as disciplinas
de Laboratório de
Turismo terão a carga
horária 50% teórica e 50%
prática

DISCIPLINAS OBRIGATÓRIAS - Ementas

DISCIPLINAS DO TRONCO INICIAL					
SEMESTRE	CÓDIGO	NOME	CH SEMANAL	CH SEMESTRAL	OBS.
1	TRIN 001	Sociedade, Natureza e Desenvolvimento: relações locais e globais.	6	120	
	TRIN 002	Produção Conhecimento: ciência e não-ciência	6	120	
	TRIN 003	Lógica, Informativa e Comunicação.	6	120	
	TRIN 004	Seminário Integrador 1	2	40	
				400	
DISCIPLINAS DO TRONCO INTERMEDIÁRIO					
2	TRIT 001	Introdução a Sistemas de Informação	4	80	
	TRIT 002	Introdução a Tecnologia da informação	4	80	
	TRIT 003	Introdução a Administração	4	80	
	TRIT 004	Noções Matemática e Estatística	6	120	
	TRIT 005	Seminário Integrador 2	2	40	
				400	
DISCIPLINAS 3º SEMESTRE					

3	TURS 001	Sociologia do Turismo e Lazer	4	80	
	TURS 002	História Aplicada ao Turismo	4	80	
	TURS 003	Análise Estatística em Turismo	4	80	
	TURS 004	Metodologia da Pesquisa Aplicada ao Turismo	4	80	
	TURS 005	Teoria Geral do Turismo	4	80	
					400
DISCIPLINAS 4º SEMESTRE					
4	TURS 006	Gestão de Hotelaria I	3	60	
	TURS 007	Laboratório de Turismo: Planejamento e Desenvolvimento Turístico I	4	80	
	TURS 008	Laboratório de Turismo: Gestão de Agenciamento	4	80	
	TURS 009	Geografia Aplicada ao Turismo	3	60	
	TURS 010	Marketing Turístico	4	80	
	TURS 011	Política de Turismo	2	40	
					400
DISCIPLINAS 5º SEMESTRE					
5	TURS 012	Laboratório de Turismo: Planejamento e Desenvolvimento Turístico II	4	80	
	TURS 013	Gestão de Hotelaria II	3	60	
	TURS 014	Língua Inglesa	4	80	
	TURS 015	Laboratório de turismo: Aplicativos gerenciais	4	80	
	TURS 016	Antropologia Cultural	4	80	
	TURS 017	Fundamentos de cartografia aplicada ao turismo	2	40	
					420
DISCIPLINAS 6º SEMESTRE					

6	TURS 017	Laboratório de Turismo: Gestão de Eventos	4	80	
	TURS 018	Laboratório de Turismo: Gestão Ambiental	4	80	
	TURS 019	Patrimônio Cultural e Turismo	3	60	
	TURS 020	Laboratório de Turismo:Gestão de Alimentos e Bebidas	4	80	
	TURS 021	Geoprocessamento Aplicado ao Turismo	3	60	
					360
DISCIPLINAS 7º SE MESTRE					
7	TURS 022	Comunicação e Turismo	4	80	
	TURS 023	Gestão Financeira Aplicada ao turismo	3	60	
	TURS 024	Estágio I	6	120	
	TURS 025	Legislação Aplicada ao Turismo	2	40	
		Seminário de Pesquisa	3	60	
					360
DISCIPLINAS 8º SE MESTRE					
8	TURS 026	Ética, Responsabilidade Social e Empreendedorismo	3	60	
	TURS 027	Estágio II	8	160	
	TURS 028	Tópicos Especiais em Turismo	4	80	
					300
TRONCO INICIAL					

TRONCO INTERMEDIÁRIO**TRONCO INICIAL**

DISCIPLINAS	EMENTAS	BIBLIOGRAFIA
Trono Inicial		
1. SOCIEDADE, NATUREZA E DESENVOLVIMENTO: RELAÇÕES LOCAIS E GLOBAIS - (120 HORAS)	Reflexão crítica sobre a realidade, tendo como base o conhecimento de mundo a partir de um contexto local e sua inserção global, através de abordagem interdisciplinar sobre sociedade, seu funcionamento, reprodução, manifestações diversas e suas relações com a cultura, economia, política e natureza.	<ul style="list-style-type: none">• ELIAS, N. <i>O processo civilizador: uma história dos costumes</i>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar: 1990.• FOUCAULT, M. <i>Microfísica do Poder</i>. Rio de Janeiro: Graal, 1984.• SORJ, B. <i>A Nova Sociedade Brasileira</i>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.• CHAUI, M. <i>Conformismo e resistência</i>. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.• FREIRE, G. <i>Casa grande e senzala</i>. Rio de Janeiro: Record, 1989.• ANDRADE, M C. de. <i>A Terra e o Homem do Nordeste</i>. São Paulo: Ed. Cortez, 2005.
2. PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO: CIÊNCIA E NÃO CIÊNCIA	Instrução e discussão sobre ciência e seus instrumentos, procedimentos e métodos científicos, mas também sobre as expressões de	<ul style="list-style-type: none">• GOMES, P. G. <i>Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade</i>

	<p>conhecimento tradicional, populares e locais, para o reconhecimento de um diálogo de saberes e a internalização de novos paradigmas.</p>	<p>São Leopoldo: UNISINOS, 2007.</p> <ul style="list-style-type: none"> • VOLTAIRE, F. M. A. <i>Filosofia da história, a</i> Coleção: Voltaire vive. São Paulo: Martins Fontes, 2007. • GILES, T. R. <i>Introdução à filosofia.</i> São Paulo: EPU, 1980. • KONDER, L. <i>Filosofia e educação - de Sócrates a Habermas</i> Coleção: fundamentos da educação. São Paulo: Forma e Ação, 2006. • O'HEAR, A. <i>Karl Popper: Filosofia e Problemas</i> São Paulo: UNESP, 1997.
<p>3. LÓGICA, INFORMÁTICA E COMUNICAÇÃO (120 HORAS)</p>	<p>Oferta de instrumentais básicos requeridos pelo cursar da graduação universitária, fundamentalmente: usos da linguagem, indução e dedução; novas tecnologias de comunicação, usos do computador e da Internet; expressão escrita, análise, interpretação e crítica textual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CAMPELO, B. S.; CENDÓN, B. V.; KREMER, J. <i>Fontes de Informação para Professores e Profissionais.</i> Minas Gerais: Editora UFMG, 2003. • CASTELLS, M. <i>A Sociedade em Rede</i>, ED. São Paulo: Paz e Terra, 2000. • CASTELLS, M. <i>A galáxia da internet.</i> Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade. Rio de

		<p>Janeiro: Jorge Zahar: 2003.</p> <ul style="list-style-type: none"> • COPI, I. M. <i>Introdução à Lógica</i>. Curitiba: Mestre Jou Editora, 1981. • JOHNSON, S. <i>Cultura da interface</i>. Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
4. SEMINÁRIO INTEGRADOR I (40 HORAS)	Trata-se de discussão local, interdisciplinar, de integração das atividades e de avaliação dos progressos docentes de cada eixo.	De acordo com as disciplinas do tronco inicial e orientações dos professores que ministram a disciplina.

TRONCO INTERMEDIÁRIO

DISCIPLINAS	EMENTAS	BIBLIOGRAFIA
Tronco Intermediário		
1. INTRODUÇÃO À SISTEMAS DE INFORMAÇÃO – (80 HORAS)	<p>Conceitos básicos de sistemas de informação: dados, informação e conhecimento. Arquitetura básica de sistema e informação. Infra-estrutura de tecnologia da informação. Sistema de apoio a tomada de decisão. Sistema de informações gerenciais. Sistemas de informações geográficas. Da informação para o conhecimento: gerenciamento do conhecimento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ANGELONI, M. T. (coord.). <i>Organizações do conhecimento: infra-estrutura, pessoas e tecnologias</i>. São Paulo: Saraiva, 2003. • BEUREN, I. M. <i>Gerenciamento da Informação: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial</i>. São Paulo: Atlas, 2000. • CONNOR, P. O. <i>Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria</i>. São Paulo:

		<p>Bookman, 2001.</p> <ul style="list-style-type: none"> • LAUDON, K. C. LAUDON, J. P. <i>Sistemas de Informações Gerenciais: Administrando a empresa digital.</i> Rio de Janeiro: Editora Pearson Prentice Hall, 2006. • STAIR, R. M. <i>Princípios de Sistemas de Informação: uma abordagem gerencial.</i> Rio de Janeiro: LTC, 1998.
<p>2. INTRODUÇÃO À TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO - (80 HORAS)</p>	<p>Organização baseada em tecnologia. Dados e gerenciamento do conhecimento. Redes de computadores: comunicação, colaboração. Comércio eletrônico. Tecnologias móveis: sem fio. Adquirindo e aplicando tecnologia da informação. Segurança em Sistema de Tecnologia da Informação.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • EFRAIN, T.; KELLY RAINER JR, R. e POTTER, R. <i>Administração de Técnicas da Informação.</i> São Paulo: Campus, 2005. • O'BRIEN, J. A. e MARAKAS, G. M. São Paulo: McGraw Hill, 2006. • REZENDE, D. A. <i>Planejamento de Sistemas de Informação e Informática</i> São Paulo: Atlas, 2007. • STAIR, RALPH M. <i>Princípios de sistemas de informação</i> São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.
<p>3. NOÇÕES DE MATEMÁTICA E ESTATÍSTICA - (120 HORAS)</p>	<p>Conjunto, Relação, Função, Indução Matemática, Técnicas de Contagem, Matrizes, Determinantes e Sistemas Lineares. Variáveis e gráficas séries estatísticas,</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ANDERSON, D. R., SWEENEY, D. J. & WILLIAMS, T. A. <i>Estatística aplicada à administração e</i>

	<p>distribuição de frequência, medidas de dispersão, desvio médio, desvio padrão, coeficiente de variabilidade.</p>	<p><i>economia</i>. São Paulo, Pioneira Thomson, 2003.</p> <ul style="list-style-type: none"> • BARBOSA, D. R. R. & MILONE, G. <i>Estatística aplicada ao turismo e hotelaria</i>. São Paulo: Pioneira Thomson, 2004. • BRAULE, Ricardo. <i>Estatística aplicada com Excel: para cursos de administração e economia</i>. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2001. • COSTA, S. F. <i>Estatística aplicada ao turismo</i>. São Paulo: Aleph, 2003. • FREUND, J. E. <i>Estatística aplicada: economia, administração e contabilidade</i>. Porto Alegre: Bookman, 2006.
<p>4. INTRODUÇÃO À ADMINISTRAÇÃO - (80 HORAS)</p>	<p>Organizações. O significado da administração. Os papéis e as funções gerenciais. Processo de Organização. Processo de Planejamento. Processo de Organização. Processo de Execução e Controle. Relações Humanas. Motivação. Liderança.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ALVES, R. <i>Conversas com quem gosta de ensinar</i>. São Paulo: Papirus, 2000. • CHIAVENATO, I. <i>Teoria Geral da Administração</i>. São Paulo: McGraw-Hill, 1979. • GUERRIER, Y. <i>Comportamento Organizacional em Hotéis e Restaurantes</i>. São Paulo: Futura, 2000. • GIDDENS, A. <i>Sociologia</i>, 6 ed., Porto Alegre: Artemed, 2005.

		<ul style="list-style-type: none"> • KWASNICKA, E.L. <i>Teoria Geral da Administração</i>. São Paulo: Atlas, 1991.
5. SEMINÁRIO INTEGRADOR 2 – (40 HORAS)	Discussão de temática específica, interdisciplinar, de interesse geral. Envolverá todos os alunos matriculados no Campus ou no Pólo em questão e será oferecido ao final do Tronco Intermediário	De acordo com as disciplinas do tronco inicial e orientações dos professores que ministram a disciplina.
TRONCO PROFISSIONALIZANTE		
6. TEORIA GERAL DO TURISMO - (80 HORAS)	História do turismo, definições e técnicas; classificação; Produto turístico; Sistema do Turismo, Turismo e as tendências contemporâneas.	<ul style="list-style-type: none"> • TRIGO, L. Gonzaga. <i>Turismo Básico - Edição Revista e Ampliada Coleção: Apontamentos Turismo</i>, 26. São Paulo: SENAC. • IGNARRA, L. R. <i>Fundamentos do Turismo</i>. São Paulo: Thomson Pioneira, 2003 . • COOPER, Chris. <i>Turismo - Princípios e Práticas</i>. São Paulo: Bookman Cia, 2007. • DIAS, R. <i>Introdução Ao Turismo</i>. São Paulo: Atlas, 2005. • OURIQUES, H. <i>Produção do Turismo, ao fetichismo e dependência</i>. São Paulo: Alinea, 2006.
7. METODOLOGIA DA PESQUISA - (80 HORAS)	Apresenta a importância da pesquisa científica e de mercado para a indústria da hospitalidade. Desenvolve	<ul style="list-style-type: none"> • CENTENO, R. R. <i>Metodologia da Pesquisa Aplicada ao Turismo</i>. São

	<p>projetos de pesquisa e normas técnicas para trabalhos acadêmicos e planos de negócio. Apresenta metodologias e estratégias para o desenvolvimento da pesquisa, elaboração de instrumentos para trabalho de campo e sua apresentação pública.</p>	<p>Paulo: Roca, 2003.</p> <ul style="list-style-type: none"> • LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. <i>Metodologia Científica</i>. São Paulo: Atlas, 2000. • LAVILLE, C.; DIONE, J. <i>A Construção do Saber</i>. Manual de metodologia da pesquisa em Ciências Humanas. Porto Alegre: ARTMED; Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999. • MINAYO, M. C. <i>Pesquisa Social: teoria, método e criatividade</i>. Petrópolis: Vozes, 1994. • RICHARDSON, R. J. <i>Pesquisa Social. Métodos e Técnicas</i>. São Paulo: Atlas, 1999.
<p>8. SOCIOLOGIA DO TURISMO E LAZER – (80 HORAS)</p>	<p>Turismo e lazer como fenômenos sociais conceitos e definições; Desenvolvimento histórico Social do turismo e do lazer; Desenvolvimento Sustentável; Autenticidade, folclore e Turismo; Impactos Sócio-Culturais; Turismo Social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ANTUNES, R. <i>Adeus ao trabalho: ensaio sobre a metamorfose e a centralidade do mundo do trabalho</i>. São Paulo: Cortez, 1999 • ARENDT, H. <i>A Condição humana</i>. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993 • DE MASI, D. <i>A Sociedade pós industrial</i>. São Paulo: SENAC, 2001. • FORRESTER, V. O <i>Horror econômico</i>, São Paulo: Unesp, 1997.

		<ul style="list-style-type: none"> • LALLEMENT, M. <i>História das idéias sociológicas</i> – de Durkheim a Max Weber. São Paulo: Loyola, 2004.
9. HISTÓRIA DO BRASIL APLICADA AO TURISMO– (80 HORAS)	Formação histórica do Brasil com ênfase aos aspectos culturais, socioeconômicos e políticos. As transformações da política brasileira. A República. Influências nordestinas e alagoanas neste contexto.	<ul style="list-style-type: none"> • COSTA, E. V. <i>Da senzala a colônia</i>. São Paulo: UNESP, 1998. • LINDOSO, D. <i>Da província – estudo da cultura alagoana</i>. Maceió: edUFAL, 2005. • BERNARDES, D. <i>Um império entre repúblicas</i>. Coleção: HISTÓRIA POPULAR. Rio de Janeiro: Global Editora, 2004.
10. ANÁLISE ESTATÍSTICA EM TURISMO. (80 horas)	Amostragem; Distribuições Amostrais e Intervalos de Confiança; Estimação; Testes de Hipóteses para a Média; Testes de Hipóteses para Proporções; Análise de Variância; Correlação e Regressão.	<ul style="list-style-type: none"> • ANDERSON, D. R., SWEENEY, D. J. & WILLIAMS, T. A. <i>Estatística aplicada à administração e economia</i>. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. • BARBOSA, D. R. R. & MILONE, G. <i>Estatística aplicada ao turismo e hotelaria</i>. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004. • BRAULE, Ricardo. <i>Estatística aplicada com Excel: para cursos de administração e economia</i>. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2001. • COSTA, Sérgio

		<p>Francisco. <i>Estatística aplicada ao turismo</i>. São Paulo: Aleph, 2003.</p> <ul style="list-style-type: none">• LEWIS, D. G. <i>Análise de variância</i>. São Paulo: Harbra, 1995.
--	--	--

**11. GESTÃO DE
HOTELARIA I – (60
HORAS)**

Apresenta os principais conceitos e práticas em hospedagem, por meio do conhecimento das funções operacionais, administrativas, financeiras e das relações interpessoais em organizações de meios de hospedagem.

- DIAS, R. e VIEIRA FILHO, N. A.Q. *Hotelaria e turismo - elementos de gestão e competitividade*. São Paulo: Editora Alinea, 2006.
- MEDLIK, S. e INGRAM, H. *Introdução a hotelaria - gerenciamento e serviços*. São Paulo: Campus, 2002.
- PETROCCHI, M. *Hotelaria - planejamento e gestão*. São Paulo: Futura, 2002.
- MARQUES, J. Albano. *Introdução à hotelaria*. São Paulo: EDUSC, 2002.
- MARQUES, J. A. *Manual de hotelaria - políticas e procedimentos*. São Paulo: Thex Editora, 2004.

<p>12. GEOGRAFIA APLICADA AO TURISMO - (60 HORAS)</p>	<p>Sociedade, Natureza e organização do espaço geográfico brasileiro. A organização espacial do turismo no Brasil. Espacialidade das atividades turísticas no território.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ADAS, M. <i>Panorama Geográfico no Brasil: Contradições, impasses e desafios.</i> São Paulo: Moderna, 1998. • ASSIS, J. S.; ALVES, A. L. e NASCIMENTO, M. C. <i>Atlas de Alagoas: espaço Geo-histórico e cultural.</i> João Pessoa: Grafset, 2006. • ESPINDOLA, T. A. <i>Geografia Alagoana clássica de alagoas.</i> Maceió: Catavento, 2001. • PEARCE, D. <i>Geografia do turismo – fluxos, regiões no mercado das viagens.</i> São Paulo: Aleph, 2003. • SANTOS, M. <i>Espaço e método.</i> São Paulo: Nobel, 1985.
<p>13. LABORATÓRIO DE TURISMO: PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO I - (80 HORAS)</p>	<p>Conceitos introdutórios; Importância do planejamento para a atividade turística; Planejamento e as interfaces com outros campos do turismo; Roteiro para desenvolver o planejamento das destinações; Arquitetura Organizacional (Aglomerados e Cluster Turístico); Gestão Pública da atividade Turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • DIAS, R. <i>Planejamento do turismo: prática e desenvolvimento do turismo no Brasil.</i> São Paulo: Atlas, 2003. • MOLINA, S. <i>Planejamento integral do turismo.</i> Coleção: TURISMO. São Paulo: EDUSC, 2001. • BENI, M. C. <i>Política e planejamento de turismo no Brasil.</i>

		<p>São Paulo: Aleph, 2006.</p> <ul style="list-style-type: none"> • WERNER, M. <i>Planejamento e organização do turismo: teoria e pratica</i>. São Paulo: Qualitymark, 2003. • ANDRADE, N. A. <i>Planejamento governamental para municípios</i>. São Paulo: Atlas, 2005.
14.LABORATÓRIO DE TURISMO: GESTÃO DE AGENCIAMENTO I (80 HORAS)	<p>Agências de Viagens e Turismo; mercado de agenciamento, tendências; processos operacionais do setor e ferramentas de gestão.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MAMEDE, G. <i>Agências, viagens e excursões: regras jurídicas, problemas e soluções</i>. São Paulo: Manole, 2003. • LA TORRE, F. <i>Agências de viagens e transportes</i>. São Paulo: Roca, 2003. • DORTA, L. <i>Técnicas operacionais de agências de viagens em espiral</i>. São Paulo: Copidart, 2003. • TOMELIN, C. A. <i>Mercado de agências de viagens e turismo: como competir diante das novas tecnologias</i>. Coleção: TURISMO. São Paulo: Aleph.
15. MARKETING TURÍSTICO – (80HORAS)	<p>Marketing e Turismo: conceitos; O macrosistema e microsistema de marketing no turismo; O composto de marketing - 4 P's produto, preço, praça e promoção objetivos de marketing; marketing de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • COBRA, M. <i>Marketing de turismo</i>. São Paulo: Cobra Editora & Marketing, 2001. • KOTLER, Feles. <i>Administração de marketing – análise,</i>

	<p>relacionamento; marketing social Distribuição e comercialização. Pesquisa de Mercado; Políticas de Comunicação; Princípios básicos de formação de preço; Segmentação de Mercado turístico; estudo de demanda do produto básico. Estudo do comportamento mercadológico do turista. Análise das oportunidades de marketing em turismo. Análise e confecção de planos de marketing na área do turismo.</p>	<p>planejamento, implementação e controle. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <ul style="list-style-type: none"> • LARA, S.B. <i>Marketing & vendas na hotelaria</i>. São Paulo: Futura, 2001. • SWARBROOKE, J. <i>Comportamento do consumidor no turismo</i>. São Paulo: Aleph, 2002.
<p>16. POLÍTICAS DE TURISMO (80 HORAS)</p>	<p>Apresenta as políticas públicas para o turismo regional, o plano de desenvolvimento turístico local e suas implicações sociais e econômicas na indústria da hospitalidade. Discute o Plano Nacional de Turismo/ Planejamento Estratégico e Desenvolvimento Sustentável para o Nordeste, com foco principal de análise no Estado de Alagoas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BENI, M.C. <i>Política e planejamento de turismo no Brasil</i>. São Paulo: Aleph, 2006. • CRUZ, R. C. A. <i>Política de turismo e território</i>. São Paulo: Contexto, 2000. • DIAS, R. <i>Planejamento do turismo</i>. Política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003. • OURIQUES, H. (2005). <i>A produção do turismo-fetichismo e dependência</i>. São Paulo: Alínea, 2005.
<p>17. LABORATÓRIO DE TURISMO: PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO II - (80 HORAS)</p>	<p>Apresenta o processo de elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico de Municípios em todas as suas etapas por vivência de atividades práticas. Caracteriza as</p>	<ul style="list-style-type: none"> • DIAS, R. <i>Planejamento do turismo prática e desenvolvimento do turismo no Brasil</i> São Paulo: Atlas,

	metodologias de Planejamento Participativo.	<p>2003;</p> <ul style="list-style-type: none"> • MOLINA, S. <i>Planejamento integral do turismo</i>. Coleção: TURISMO. São Paulo: EDUSC, 2001. • BENI, M. C. <i>Política e planejamento de turismo no Brasil</i>. São Paulo: Aleph, 2006. • WERNER, M. <i>Planejamento e organização do turismo teoria e pratica</i>. São Paulo: Qualitymark, 2003. • ANDRADE, N. de Aquino. <i>Planejamento governamental para municípios</i>. São Paulo: Atlas, 2005.
18. GESTÃO DE HOTELARIA II (60 HORAS)	Proporciona a vivência da rotina administrativa, os processos de recepção de hóspedes e o controle gerencial. Caracteriza a oferta e a demanda histórica dos setores, as funções clássicas da hotelaria, os sistemas de classificação e fomenta a reflexão sobre as tendências da hotelaria.	<ul style="list-style-type: none"> • CANDIDO, I e VIEIRA, E. <i>Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços</i>. São Paulo: EDUCS, 2000. • CASTELLI, G. <i>Excelência em hotelaria: uma abordagem prática</i>. São Paulo: Qualitymark, 2001. • LAWSON, F. <i>Hotéis e resorts</i>. São Paulo: Bookman, 2002.
19. FUNDAMENTOS DE CARTOGRAFIA APLICADA AO TURISMO - (80 HORAS)	Cartografia. Técnicas cartográficas aplicadas ao planejamento turístico. Cartografia Temática.	<ul style="list-style-type: none"> • BALESTRIERI, A. B. <i>Turismo: desenvolvimento local</i>. São Paulo: Hucitec, 1997. • BASTOS, Z. P. M.

		<p><i>Organização de mapotecas</i>. Rio de Janeiro: BNG/Brasilart, 1978.</p> <ul style="list-style-type: none"> • DUARTE, P. A. <i>Fundamentos de cartografia</i>. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1994. • MARTINELLI, M. <i>Curso de cartografia temática</i>. São Paulo: Contexto, 1991.
<p>20. LÍNGUA INGLESA APLICADA AO TURISMO (80 Horas)</p>	<p>Conhecimentos Básicos: Leitura, Escrita e Conversação. Glossário do cotidiano da atividade turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SCHUMACHER, C.; COSTA, F. <i>Inglês para turismo e hotelaria</i>. A comunicação essencial para o dia-a-dia. São Paulo: Campus, 2006. • MARTINEZ, R. <i>Como dizer tudo em inglês em viagens</i>. São Paulo: Campus, 2005. • CATUREGLI, M. G. <i>Dicionário Inglês-Português</i>. Turismo, Hotelaria, Comércio Exterior. São Paulo: Aleph, 2004. • DE BIAGGI, E.; STAVALE, E. <i>Enjoy your stay!</i> Inglês básico para Hotelaria e Turismo. São Paulo: DISAL, 2003. • GALVEZ, J. A. <i>Dicionário Larrouse Inglês-</i>

		<p><i>Português</i> <i>Português-Inglês.</i> São Paulo: Larro.</p>
<p>21. ANTROPOLOGIA CULTURAL</p>	<p>A evolução humana como processo biocultural: O inato e o adquirido. b) As especificidades da antropologia: a diversidade e o relativismo como campo teórico. c) A diversidade e o relativismo cultural como campo teórico. d) O trabalho de campo como metodologia. e) A variedade temática da antropologia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • DA MATTA, R. <i>A Antropologia no quadro das ciências</i>. Em: relativizando: uma introdução à antropologia social. Rio de Janeiro: Rocco, 1990, p. 1758. • DA MATTA, Roberto. “O Ofício do Etnólogo, ou como ter ‘Anthropological Blues’”. Em: • NUNES, Edson de Oliveira (org.). <i>A Aventura Sociológica</i>. Rio de Janeiro: Zahar, p. 2435. • EVANSPRITCHARD, E. E. “A noção de bruxaria como explicação dos infortúnios”. Em: • <i>Bruxaria, Oráculos e Magia entre o Azande</i>. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005, 4961. • GEERTZ, C. “O Impacto do Conceito de Cultura sobre o Conceito de Homem”. Em: <i>A Interpretação das Culturas</i>. Rio de Janeiro: LTC, 1989, p. 4586. • GEERTZ, Clifford. “A transição para a humanidade”. Em:

		<p>TAX, Sol (org.). Panorama da</p> <ul style="list-style-type: none"> • Antropologia. Rio de Janeiro/São Paulo/Lisboa: Fundo de Cultura, 1966, p. 3143.
<p>22. LABORATÓRIO DE TURISMO: APLICATIVOS GERENCIAIS.</p>	<p>Sistemas de informações gerenciais no turismo: agencias, operadoras, eventos, hotelaria e alimentos e bebidas. Usos e aplicações.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ANGELONI, M. T. (coord.). <i>Organizações do conhecimento: infra-estrutura, pessoas e tecnologias.</i> São Paulo: Saraiva, 2003. • BEUREN, I. M. <i>Gerenciamento da Informação: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial.</i> São Paulo: Atlas, 2000. • CONNOR, P. O. <i>Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria.</i> São Paulo: Bookman, 2001. • LAUDON, K. C. LAUDON, J. P. <i>Sistemas de Informações Gerenciais: Administrando a empresa digital.</i> Rio de Janeiro: Editora Pearson Prentice Hall, 2006. • STAIR, R. M. <i>Princípios de Sistemas de Informação: uma abordagem gerencial.</i> Rio de Janeiro: LTC, 1998

<p>23.LABORATÓRIO DE TURISMO: GESTÃO DE EVENTOS (80 HORAS)</p>	<p>Aspectos conceituais. Os eventos na sociedade, instrumento de poder social, econômico e político. Características e tipologia. Gestão Administrativa e estratégica de diferentes eventos. Planejamento e produção. Visão empresarial e Comercial. Arte de Negociação e da Captação de Recursos. Gestão Moderna: Parcerias e Terceirizações. A Interface com o “<i>trade turístico</i>”. Os espaços para eventos. Criatividade em Eventos. Cerimonial Protocolo e etiqueta em eventos e Comunicação e Marketing de Eventos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ALLEN, J. <i>Organização e gestão de evento</i>. Rio de Janeiro: Campus, 2003. • CESCO, Cleuza G. Gimenes. <i>Organização de eventos</i>. São Paulo: Summus Editorial, 2001. • GIACAGLIA, M. C. <i>Organização de eventos - teoria e prática</i>. São Paulo: Thomson, 2002. • MARTIN, V. <i>Manual prático de eventos</i>. São Paulo: Atlas, 2003. • BETTEGA, M. L. <i>Eventos e cerimonial: simplificando as ações</i>. Caxias do Sul: EDUCS, 2004.
<p>24. LAB.DE TURISMO: GESTÃO AMBIENTAL (80 HORAS)</p>	<p>Apresentam as relações de poder na gestão do meio ambiente e na organização espacial, seus efeitos sobre a sociedade e a qualidade de vida da comunidade. Discute a política ambiental brasileira e os estudos de impacto em empreendimentos na indústria da hospitalidade assim como as diferentes certificações e suas implicações na imagem da organização e na comunidade em que a mesma se insere.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • RODRIGUES, A. <i>Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar</i>. São Paulo: Hucitec, 1999. • SWARBROOKE, J. <i>Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental</i>. São Paulo: Aleph. 2000. • FONTELES, J. <i>Turismo e impactos sócio-ambientais</i>. São Paulo: Aleph, 2003.
<p>25.PATRIMONIO CULTURAL E TURISMO (60 HORAS)</p>	<p>Patrimônio Material e Imaterial/ Políticas de gestão de Patrimônio e</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MURTA, S. M. <i>Interpretar o</i>

	<p>desenvolvimento local/ Imagens e representações do patrimônio na sociedade/ Patrimônio como “Produto Turístico” e Relações sócias espaciais; Educação Patrimonial.</p>	<p><i>patrimônio</i>. São Paulo: EDUCS, 2002.</p> <ul style="list-style-type: none"> • FUNARI, P. P. A. PINSKY, J. <i>Turismo e patrimônio cultural</i>. São Paulo: CONTEXTO, 2004. • GASTAL, S. <i>Turismo, imagem e imaginários</i>. São Paulo: Aleph, 2002. • CAMARGO, H. <i>Patrimônio, história e cultura</i>. São Paulo: Aleph, 2000. • DRUMMOND, S; YEONAN, I. <i>Questões de qualidade nas atrações de visitação a patrimônio</i>. Rio de Janeiro: Rocca, 2005. •
<p>26. LABORATÓRIO DE TURISMO: GESTÃO DE ALIMENTOS E BEBIDAS (80 HORAS)</p>	<p>Apresenta os processos e procedimentos e analisa posicionamentos gerenciais em organizações de serviços de alimentação desenvolvendo habilidades para gerenciar equipes e conflitos, elaborar cardápios, realizar supervisão de higiene e manipulação de alimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CANDIDO, I e ZANELLA, L.C. <i>Restaurantes:</i> técnicas e processos de administração e operações. São Paulo: EDUCS, 2001. • LA TORRE, F <i>Administração hoteleira: alimentos e bebidas</i>. São Paulo: Roca, 2000. • WALKER, J. R. e LUNDBERG E. O <i>restaurante:</i> conceitos e operações. São Paulo: Bookman, 2000.

<p>27. COMUNICAÇÃO E TURISMO (80 Horas)</p>	<p>O Turismo e o fenômeno da comunicação social. Turismo de Massa e segmentação de mercado, tendências e perspectivas na sociedade pós-industrial. A promoção do turismo e o desenvolvimento social sustentável frente aos meios de comunicação de massa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>WAINBERG, JACQUES A.</u> <i>Turismo e comunicação - a indústria da diferença.</i> São Paulo: Contexto, 2003. • BORDENAVE, J. D. <i>O que é comunicação.</i> São Paulo: Brasiliense, 1994. • AZEVEDO, I. B. <i>Primeira viagem ao mundo da comunicação.</i> Rio de Janeiro: Editora Central da Universidade Gama Filho 1998. • PEREZ, C.;BAIRON, S. <i>Comunicação & marketing.</i> São Paulo: Futura, 2002. • LUPETTI, M. <i>Gestão estratégica da comunicação mercadológica.</i> São Paulo: Thomson Learning, 2007.
<p>28. GESTÃO FINANCEIRA APLICADA AO TURISMO (80 HORAS)</p>	<p>Capital e Patrimônio de Empresas dos ramos de Turismo e Hospitalidade. Noções de Escrituração Contábil. Elaboração de Balanços de Empresas dos ramos de Turismo e Hospitalidade. Análise de Balanços de Empresas dos ramos de Turismo e Hospitalidade: vertical e horizontal; alavancagem operacional e financeira; estudo dos ativos e passivos permanentes; capital de giro, rentabilidade e fluxos de fundos; indicadores de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ASSAF NETO, A. <i>Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro.</i> São Paulo: Atlas, 2002. • ATKINSON, A.; et al. <i>Contabilidade Gerencial.</i> São Paulo: Atlas, 2000. • HELFERT, E. <i>Técnicas de análise financeira.</i> Porto Alegre: Bookman, 2000. • IUDÍCIBUS, S. <i>Análise de</i>

	liquidez e ciclo operacional; e avaliações de desempenho econômico.	<p><i>Balancos:</i> análise da liquidez e do endividamento, análise do giro, rentabilidade e alavancagem financeira. São Paulo: Atlas, 1998.</p> <ul style="list-style-type: none"> • PADOVEZE, C. L. <i>Contabilidade gerencial:</i> um enfoque em sistema de informação contábil. São Paulo: Atlas, 2000.
29. SEMINÁRIO DE PESQUISA	Disciplina lecionada em modo de seminários de elaboração e discussão dos projetos discentes de pesquisa, em subsídio à elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso em semestre letivo seqüencial. Os seminários serão coordenados pelos regentes da disciplina, por definição semestral do Colegiado do Curso, e terão, como foco principal, a consolidação da postura crítica dos alunos em relação ao planejamento e execução de seus projetos de pesquisa.	<ul style="list-style-type: none"> •
30. LEGISLAÇÃO TURÍSTICA (40 HORAS)	Noções de Direito; Direito aplicado às relações internacionais e migrações; Lei Geral do Turismo; Direito do consumidor; Legislação.	<ul style="list-style-type: none"> • QUINTAS, P. <i>Legislação turística - comentada e anotada.</i> Lisboa: ALMEDINA, 2000. • FERRAZ, J. A. <i>Obrigações e contratos em viagens e turismo.</i> São Paulo: IPETURIS, 2005. • FERRAZ, J. A. <i>Regime jurídico do turismo.</i> Campinas:

		<p>Papirus, 1992.</p> <ul style="list-style-type: none"> • MAMEDE, G. <i>Direito do consumidor no turismo: código de defesa do consumidor</i>. São Paulo: Atlas, 2004. • FEUZ, P. S. <i>Direito do consumidor nos contratos de turismo</i>. São Paulo: EDIPRO, 2003.
31. ESTÁGIO I	Prática orientada em uma das áreas do curso de escolha do(a) aluno(a).	
32. RESPONSABILIDADE E EMPREENDEDORISMO (60 HORAS)	<p>Apresenta a importância de uma gestão socialmente responsável para a inserção do empreendimento na sociedade local. Sua participação política, a promoção conjunta com a sociedade e a administração pública do desenvolvimento social sustentável. A relação dos projetos de responsabilidade social e próprio marketing institucional.</p> <p>Discute o papel do terceiro setor no turismo e a inserção da “indústria da hospitalidade” como parceira.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • BAHL, M. <i>Turismo com responsabilidade Social</i>. São Paulo: Roca, 2003. • COSTA FILHO, A. V. e outros. <i>Responsabilidade Social das Empresas</i>. São Paulo: Fundação Petrópolis, 2004. • ESTEVES, S. (org). <i>O dragão e a borboleta</i>. São Paulo: Avis Mundi, 2000. • DOLABELA, F. <i>O segredo de luísa</i>. São Paulo: Cultura, 1999. • KARKOTLI, G.; ARAGÃO, S. D. <i>Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações</i>. Petrópolis: Vozes, 2005.
33. TÓPICOS ESPECIAIS DE	Disciplina aplicada em modo de oficina,	De acordo com os conteúdos de discussão da

TURISMO	contemplando, por definição semestral do Colegiado do Curso, conteúdos flexíveis contemporâneos das Ciências da Hospitalidade e do Turismo, suas especificidades, em atenção às demandas profissionais mais atuais.	disciplina.
34. ESTAGIO II	Prática orientada em uma das áreas do curso de escolha do(a) aluno(a).	

DISCIPLINAS ELETIVAS

1. MARKETING PARA EVENTOS - (60 HORAS)

Captação de recursos; Promoção das destinações turísticas; Criação de campanhas para destinos, imagem institucional e criação de campanhas institucionais.

2. GASTRONOMIA E ENOLOGIA - (60 HORAS)

Gastronomia como área de conhecimento, interfaces com Turismo e lazer; conceito e história do vinho; vinho no Brasil; técnicas e tecnologias de produção e armazenamento; procedimentos para avaliar a qualidade;

3. GESTÃO DE LAZER - (60 HORAS)

Apresenta a importância do lazer na sociedade e nas organizações que trabalham com hospitalidade para a qualidade de vida dos colaboradores e clientes e o lazer como um elemento que pode servir como estratégia de educação informal transformando posturas e comportamentos. Desenvolve técnicas para o planejamento e desenvolvimento da gestão de lazer na organização e para a elaboração do lazer como um produto que atende as demandas de um cliente

4. ESTUDOS DE VIABILIDADE E CAPACIDADE DE CARGA TRANSPORTES - (60 HORAS)

Legislação; as relações dos modais de transportes e o Turismo;

5. MUSEOLOGIA - (60 HORAS)

Planejamento e organização deste setor; estimativas de demanda e plano de ação para auto sustentabilidade deste equipamento de atratividade turística.

6. TÓPICOS ESPECIAIS EM TURISMO - (60 HORAS)

Discute as condições do desenvolvimento do turismo na atualidade enfatizando a condição brasileira, mais especificamente a região Nordeste, Diagnostica os principais problemas e avalia impactos sócio ambientais.

7. IMPLEMENTAÇÃO DA QUALIDADE NAS ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS - (60 HORAS)

Conceitos e história da qualidade Total; processos e tarefas; políticas de implementação; elaboração de planos de ação;

8. LÍNGUA INGLESA APLICADA AO TURISMO - (60 HORAS).

Conhecimentos Básicos: Leitura, Escrita e Conversação. Glossário do cotidiano da atividade turística.

REGULAMENTO DA DISCIPLINA ORIENTAÇÃO INDIVIDUAL DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO OITCC

Art. 1º A disciplina **Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Turismo** da Universidade Federal de Alagoas, em relação à sua orientação, acompanhamento, execução do trabalho, elaboração do relatório e critérios de avaliação, rege-se por este regulamento. O(a) aluno(a) deverá elaborar, num primeiro momento, um projeto de pesquisa, e num momento seguinte, uma monografia nos formatos de Estudo de Caso, Análise Teórico Empírica ou ainda Análise Teórica, podendo ser realizada individualmente ou em duplas.

Art. 2º São objetivos da disciplina Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso:

I. oportunizar a(o) formando(a) do Curso de Turismo revisão, aprofundamento, sistematização e integração de conteúdos estudados durante o Curso.

II. oportunizar ao acadêmico(a) a elaboração de um trabalho científico baseado em estudos e/ou pesquisas realizadas na literatura especializada da área de conhecimento do Turismólogo, ou ainda, decorrente de observações e análises de situações, hipóteses, dados e outros aspectos contemplados pela prática e pela teoria.

III. contribuir para o aperfeiçoamento técnico, profissional e cultural do(a) formando(a) do Curso de Turismo tendo em vista o seu projeto de vida profissional.

Art. 3º A disciplina **Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso** tem a duração estabelecida conforme Estrutura Curricular do Curso.

Art. 4º A matrícula na disciplina **Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso** pode ser feita pelo(a) aluno(a) exclusivamente no semestre em que integraliza o Currículo do Curso.

Art. 5º A Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso deve estar relacionada a uma das áreas abrangidas pelo campo profissional do(a) Bacharel em Turismo previstas na proposta do Curso.

Art. 6º A disciplina **Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso** admite os seguintes atores e funções:

I. Professor Orientador: professor responsável pela disciplina de **OITCC**, pelas orientações da produção dos trabalhos, bem como pela presidência da Banca Examinadora;

II. Co-orientador: professor ou profissional da comunidade responsável pela co-orientação do aluno;

III Aluno: acadêmico matriculado na disciplina de **OITCC**.

Art. 7º Os Professores da disciplina de **Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso** são os docentes indicados pela Direção do Curso de Turismo, a quem cabe:

I. formular, em conjunto com o aluno, o problema relacionado ao Turismo a ser investigado como objeto do Trabalho de Conclusão de Curso.

II. orientar o aluno no Trabalho de Conclusão de Curso: acompanhar a seleção do tema de estudo e o planejamento da produção do mesmo, analisar e avaliar as etapas do trabalho produzidas, apresentar sugestões de leituras, estudos ou experimentos complementares e contribuir na busca de soluções de problemas surgidos durante sua realização;

III. fornecer as orientações gerais da disciplina e deste regulamento aos alunos e acompanhá-los durante o semestre;

IV. organizar e presidir as Bancas Avaliadoras dos TCC's e elaborar o calendário de suas atividades, assessorado pelo Laboratório de Turismo LABOTUR;

V. proceder os registros referentes à disciplina e demais atividades dela decorrente;

VI. informar à direção do curso se o aluno está apto a apresentar seu trabalho à Banca após a entrega da Terceira Vista do Trabalho de Conclusão de Curso.

VII. encaminhar casos e questões duvidosas e/ou omissas à Direção do Curso de Turismo.

Art. 8º É facultativa a existência do co-orientador, sendo a sua presença definida em comum acordo entre o Professor Orientador e o aluno.

Art. 9º Pode integrar a relação de co-orientadores, todo docente em atividade na Universidade Federal de Alagoas e todo profissional da comunidade, desde que graduado e com reconhecida competência e experiência na área, objeto do estudo.

Art. 10 Compete ao co-orientador:

I. assessorar o aluno, quando solicitado pelo Professor Orientador, fornecendo-lhe subsídios para a tomada de decisões;

II. manter estreita vinculação com o Professor Orientador, fornecendo-lhe subsídios para análise e avaliação de etapas do TCC;

III. exercer e/ou praticar outros atos por delegação do orientador.

Art. 11 Definida a especificidade na área do conhecimento em que fará seu Trabalho de Conclusão de Curso, cabe ao aluno elaborar o TCC com a orientação do Professor Orientador.

Art. 12 O aluno deverá cumprir o calendário anexo da disciplina de OITCC para o cumprimento das etapas do Trabalho de Conclusão de Curso presentes no cronograma.

Parágrafo Único: Caso o aluno não consiga concluir o Trabalho de Conclusão de Curso no prazo estabelecido, terá de efetuar nova matrícula, no semestre seguinte.

Art. 13 A elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso constitui-se em tarefa individual ou em dupla a respeito de uma área do Turismo, a partir da qual o aluno explicita um conjunto de ações a serem implementadas, com vistas a atingir objetivos previamente definidos. As etapas concernentes ao TCC constam do Manual de Elaboração entregue ao aluno juntamente com este regulamento.

Art. 14 – Os aspectos formais de apresentação do TCC obedecem ao que determina a Associação Brasileira de Normas Técnicas ABNT.

Art. 15 O aluno deverá entregar para o professor orientador uma última versão do TCC, no máximo, até o último dia constante do calendário anexo.

Art. 16 O Trabalho de Conclusão de Curso deve ser digitado e apresentado em três vias idênticas, que serão destinadas ao professor orientador e, por ele, aos demais membros da Banca Avaliadora.

Art. 17 A Banca Examinadora, presidida pelo Professor Orientador, será constituída pelos seguintes membros:

I. Professor Orientador que presidirá os trabalhos.

II. Convidado que pertença à área de Turismo e/ou Hotelaria, podendo ser docente ou profissional do setor, com ensino superior.

III. Professor indicado pelo curso de Turismo.

Parágrafo Único: Cabe ao professor orientador da disciplina propor, por escrito, à Direção do Curso de Turismo, a data da apresentação, horário e título do trabalho, com uma antecedência mínima de duas semanas, bem como a sugestão de membros para formação da Banca Examinadora.

Art. 18 Estará impedido de ser Professor Orientador, Convidado ou Professor indicado pelo Curso de Turismo, o cônjuge ou parente do aluno até terceiro grau, a qualquer título. A mesma restrição aplica-se em relação ao Orientador, Convidado e Professor indicado pelo Curso, que forem parentes entre si.

Art. 19 O Examinando fará um resumo oral da Monografia, abrangendo a parte objetivos, justificativas, metodologia empregada na pesquisa, conteúdo e conclusões pessoais, vedada a sua leitura, no prazo de 20 (vinte) minutos, prorrogáveis, a critério do Presidente da Banca, por mais 5 (cinco) minutos.

Art. 20 Após a exposição oral da Monografia, o uso da palavra será retomado pelo Presidente da Banca, que o concederá ao membro Convidado para as suas considerações e arguições ao Examinando. Em seguida, concedê-lo-á ao Professor Indicado e, por último, o Professor Orientador (Presidente da Banca) retomará a palavra, para os mesmos fins e no mesmo prazo.

Art. 21 Esgotada a etapa das arguições, passar-se-á à avaliação do Examinando, em sessão secreta.

Art. 22 Reabertos os trabalhos, será divulgado ao Examinando o resultado final da avaliação – Aprovado ou Reprovado, sendo facultado o uso da palavra aos membros da Banca e Examinando, para considerações finais.

Art. 23 – Encerrada a apresentação dos trabalhos, o Presidente da Banca Examinadora preencherá em 01 (uma) via, a ata com o resultado final que será assinada pelo demais membros.

§ 1º. No caso de inconformidade, o aluno terá o prazo de 5 (cinco) dias, a contar da decisão para contestá-la, endereçando o pedido escrito à OITCC, devidamente fundamentado e juntando documentos, quando for o caso, encaminhando requerimento via a Secretária do Pólo Penedo, Campus Arapiraca da Universidade Federal de Alagoas.

§ 2º. O trabalho corrigido será entregue na Secretaria do Pólo Penedo, no prazo designado pela Banca Examinadora.

§ 3º A Monografia ou o Artigo, corrigidos, deverão manter os padrões metodológicos e formais exigidos, considerando as recomendações da Banca Examinadora.

Art. 24 A divulgação da composição das Bancas Examinadoras, salas, datas e horários das exposições orais será realizada pelo Professor Orientador da disciplina da OITCC e fixada no quadro de avisos, de acordo com o calendário elaborado especialmente para esse fim.

Parágrafo Unico O Professor indicado pelo Curso que não aceitar a indicação de membro da Banca Examinadora ou que se encontrar impossibilitado de comparecer na data designada para a defesa da Monografia ou do Artigo, deverá manifestar-se por escrito no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, a contar da publicação da indicação.

Art. 25 – A nota da disciplina de OITCC é composta pela média das notas do Trabalho de Conclusão de Curso escrito e da Defesa em Banca, sendo que para aprovação na disciplina Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso o aluno necessita alcançar média igual ou superior a **6,0 (seis vírgula zero)**, obedecendo aos critérios previstos no Sistema de Avaliação da Universidade. Será avaliado mediante:

I. uma nota de zero a dez, atribuída pelo professor orientador, decorrente do desempenho do aluno na realização do **Trabalho de Conclusão de Curso**, contemplando empenho, pontualidade na entrega das etapas, dedicação, crescimento formativo e domínio de conteúdos demonstrados durante o período de acompanhamento e orientação. A avaliação em questão terá peso 03 (três);

II. uma nota de zero a dez, atribuída pela Banca Avaliadora, decorrente do exame do TCC, levando em consideração a qualidade do trabalho. A avaliação em questão terá peso 04 (quatro);

III. uma nota de zero a dez, atribuída pela Banca Avaliadora, decorrente da apresentação oral, por parte do autor, de uma síntese de seu trabalho, levando em consideração a fluência, segurança e domínio de conteúdos revelados pelo aluno na apresentação. A avaliação em questão terá peso 03 (três).

§ 1 A qualidade da linguagem utilizada, a clareza de expressão e a coerência lógica no desenvolvimento dos conteúdos são características fundamentais a serem observadas no relatório do TCC.

§ 2 Cada membro da Banca Examinadora atribuirá duas notas de zero a dez e as registrará nas “folhas de julgamento”, referente à Avaliação da Monografia e da Apresentação Oral, respectivamente. A média aritmética destas notas, para cada uma das avaliações, será a nota da Banca Avaliadora.

§ 3 A nota final atribuída ao aluno na disciplina Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso será uma média das notas atribuídas pelo professor orientador e pela Banca Avaliadora.

IV. As Bancas Avaliadoras, considerando o resultado do julgamento do Trabalho de Conclusão de Curso, apresentará um parecer final.

Art.26 Caso não haja a solicitação de correções no relatório o aluno deverá providenciar, no prazo de uma semana, uma cópia definitiva encadernada com capa de material resistente, a qual se constituirá em documento oficial da realização do **Trabalho de Conclusão de Curso**.

Parágrafo único: Em caso de recomendação da Banca Avaliadora para correções ou alterações, o aluno terá uma semana para a entrega da versão final do **Trabalho de Conclusão de Curso** ao professor orientador, ao qual caberá verificar, a inclusão das solicitações sugeridas pela Banca Avaliadora, quando, somente aí, se dará a publicação da nota final do aluno.

Art. 27 O aluno reprovado na disciplina **Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso** deverá efetuar nova matrícula na disciplina.

Art. 28 Ao aluno reprovado na disciplina cabe o direito a recurso, mediante requerimento à Direção do Curso de Turismo fundamentando as razões de sua desconformidade, num prazo de até dez (10) dias contados a partir da data de divulgação da nota.

§ 1º Uma vez deferido o pedido de recurso pela Direção do Curso de Turismo, este deverá sugerir dois professores entre seus pares, não integrantes da Banca, para a constituição de uma Comissão de Revisão.

§ 2º Esta Comissão, após considerar as alegações do aluno, ouvir os pronunciamentos do Professor Orientador e da Banca Avaliadora e verificar o TCC, emitirá um parecer final quanto à nota do aluno.

§ 3º A Comissão de Revisão terá um prazo máximo de quinze (15) dias para apresentar seu parecer sobre a nota da disciplina **Orientação Individual do Trabalho de Conclusão de Curso**.

Art.29 – O cronograma das ações da disciplina de OITCC deverá ser observado por todos os acadêmicos matriculados na disciplina de OITCC e se encontra anexado a este documento, constante também dos protocolos válidos.

Art. 30 Os casos omissos neste Regulamento serão resolvidos pela Direção do Curso de Turismo.

Art. 31 Este regulamento entra em vigor após sua aprovação pelo Conselho Universitário da Universidade Federal de Alagoas.

4. ATIVIDADES COMPLEMENTARES

O parecer do CNE/CES nº 108, de 7 de maio de 2003 estabelece um percentual de 20% da carga horária total do curso destinado ao estágio curricular e atividades complementares e/ou práticas. Contudo, as mesmas não podem exceder aos mesmos 20%, salvo determinações legais específicas.

Para o curso de Bacharelado em Turismo fica estabelecido um percentual de 5% da carga horária total do curso como atividades complementares, compondo de :

- a) Atividades voluntárias desenvolvidas com organizações privadas, públicas e não governamentais;
- b) Monitorias;
- c) Participação com bolsa ou voluntária em projetos de iniciação científica;
- d) Estágios curriculares não-obrigatórios;
- e) Participação em projetos de extensão;
- f) Viagens de estudos;
- g) Palestras;
- h) Seminários ou fóruns;
- i) Módulos temáticos;

- j) Disciplinas oferecidas por outras instituições e/ou unidades acadêmicas não contempladas no currículo do curso;
- k) Participação em empresas juniores e em núcleos de estudo e de pesquisas vinculadas às áreas estratégicas do curso de turismo;

O aluno deverá integralizar ao longo do curso. Procurando evitar a acumulação no final do curso como também permitindo ao aluno vivenciar desde já a universidade através de um ritmo diferenciado daquele que só é vivido em sala de aula. O aluno deverá dividir a sua carga horária em pelo menos 2 (duas) atividades diferentes das listadas anteriormente.

5. ESTÁGIOS SUPERVISIONADOS (CURRICULARES E OBRIGATÓRIOS)

Os estágios serão de duas naturezas: a) OBRIGATÓRIOS, denominado de estágio supervisionado, com no mínimo **280** horas distribuídas entre 7 e 8 semestres. b) NÃO OBRIGATÓRIOS, isto é, outras oportunidades em empresas e atividades turísticas conseguidos pelos discentes. Será normalizado pelo Colegiado do Curso sob forma de Resolução. A carga horária mínima será a que fica efetivada para integralização do currículo, mesmo que o aluno tenha realizado mais horas. Pode o aluno requerer a utilização do que ultrapassar desse valor (320 horas) para efeitos de carga flexível, desde que não ultrapasse limites definidos na parte flexível.

O estágio supervisionado será gerenciado pelo Colegiado de curso, que através de convênios entre o Campus de Arapiraca - UFAL e o setor turístico promoverá vivências práticas aos estudantes, mediante Plano de Estágio apresentado pelo aluno no semestre antecessor ao estágio aos coordenadores de estágio.

Os estágios não obrigatórios com supervisão indireta dos docentes, para consignação como carga horária, terão que ser analisados pelo Colegiado de Curso sua pertinência na formação profissional, constituindo-se também como atividade complementar.

O Curso de Turismo terá uma Coordenação de Estágio Curricular obrigatório, sendo composta por coordenador e vice-coordenador nomeados pelo Colegiado de Curso.

6. AVALIAÇÃO

O Curso será avaliado ao longo dos primeiros quatro anos, tempo de conclusão da primeira turma. A avaliação se dará de forma processual durante cada semestre através do desempenho dos alunos nas disciplinas e nas observações dos professores no que se refere aos conteúdos trabalhados.

Serão elaborados roteiros de avaliação para serem respondidos pelos alunos visando observar o processo de aprendizagem, articulação e distribuição das disciplinas, atividades de práticas de ensino e de extensão e fazer intervenções que se fizerem necessária para se ajustar os desvios surgidos.

Semestralmente, quando da matrícula o curso será avaliado pelo discente diretamente pelo Sistema Acadêmico, fazendo uso de formulários eletrônicos. Essa avaliação será constituída de questões para avaliação docente (conteúdo e prática pedagógica) e infraestrutura. O Projeto Pedagógico terá sua avaliação definida pelo

Colegiado do Curso com periodicidade anual, nesta estará incluída também a gestão acadêmica do curso e seu colegiado.

O procedimento de avaliação também passa pelo roteiro proposto pelo INEP/MEC para avaliação das condições de ensino, a ser implementado, em atendimento ao artigo 9, inciso IX, da lei n 9.394/96 - Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional.