



| | | | |
|---|---|---|---|
|  | Universidade federal de Juiz de Fora Instituto de Ciências Humanas Departamento de Turismo Curso de Bacharelado em Turismo |  | |
| NOME DA DISCIPLINA FUNDAMENTOS DO TURISMO | | CÓDIGO DA DISCIPLINA TUR056 | |
| CARÁTER DA DISCIPLINA | OBRIGATÓRIO <input checked="" type="checkbox"/> ELETIVO <input type="checkbox"/> OPCIONAL <input type="checkbox"/> | CARGA HORÁRIA | TEÓRICA (60 HORAS) PRÁTICA (NÃO SE APLICA) |
| <p>EMENTA</p> <p>O conhecimento das viagens através dos tempos situa o desenvolvimento do turismo nos períodos pré e pós-capitalista. Os conceitos e definições de turismo tem como função mostrar uma padronização de entendimento do fenômeno turístico. Os efeitos da atividade turística sobre o destino nos contextualiza os impactos produzidos pela atividade sobre a economia, a cultura, a sociedade e o meio ambiente. O mercado e o marketing no turismo é mostrado através de seus elementos e componentes. A gestão governamental do turismo demonstra a existência de uma política de turismo brasileira. As perspectivas do turismo e a atuação profissional coloca atividade como uma setor produtivo de importância nacional e mundial.</p> <p>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:</p> <p>1. HISTÓRIA DO TURISMO</p> <p>1.1. Sociedades pré-capitalistas 1.2. Sociedades capitalistas 1.3. Sociedades comunistas e socialistas</p> <p>2. CONCEITOS DE TURISMO</p> <p>2.1. Definições de viagem, turismo e seus agentes</p> <p>3. INTRODUÇÃO A ALGUMAS ABORDAGENS TEÓRICAS SOBRE TURISMO</p> <p>3.1. O Viés Sistêmico 3.2. Perspectiva Fenomenológica 3.3. O Pensamento Materialista Histórico-Dialético 3.4. O Olhar Interdisciplinar</p> <p>4. OS ESPAÇOS E OS IMPACTOS TURÍSTICOS</p> <p>4.1. Características das destinações 4.2. Principais espaços turísticos litoral, montanha, rural, urbano e regiões extremas 4.3. Impactos socioculturais, econômicos e ambientais do turismo 4.4. Relações entre turistas e residentes</p> <p>5. MERCADO TURÍSTICO</p> <p>5.1. Conceitos de mercado 5.2. Oferta turística 5.2.1 Recurso e atrativo turístico 5.2.2 Produtos turísticos 5.2.3 Equipamentos e organizações 5.3. Demanda turística 5.4. Marketing de destino 5.5. Segmentações turísticas</p> <p>6. O PAPEL DO ESTADO NO TURISMO</p> <p>6.1. Conceitos de políticas públicas no turismo 6.2. A infraestrutura e o turismo 6.3. A superestrutura turística brasileira 6.4. O turismo como vetor de construção e promoção de imagens nacionais</p> <p>7. TENDÊNCIAS PARA O TURISMO</p> <p>7.1. O estudo das tendências em turismo 7.2. O contexto internacional e nacional e as influências no mercado turístico</p> <p>8. O PROFISSIONAL DE TURISMO</p> <p>8.1. Código de Ética do Turismo 8.2. A questão da regulamentação da profissão de turismólogo 8.3. Competências e habilidades: as exigências legais e as práticas cotidianas 8.4. Diferentes áreas de atuação</p> <p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</p> <p>CASTRO, Celso; GUIMARAES, V. L.; MONTENEGRO, A. (Orgs.). História do turismo no Brasil. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2013.</p> | | | |

DIAS, Reinaldo. Introdução ao turismo. São Paulo: Atlas, 2005.
LOHMANN, Guilherme ; NETTO, Alexandre Panosso. Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo, SP: Ed. Aleph, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Turismo: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999.
_____. Formação e Capacitação do profissional em Turismo e Hotelaria: Reflexos e cadastros das instituições educacionais do Brasil. São Paulo, Aleph, 2002.
BARBOSA, Ycarim Melgaço. O despertar do turismo: um olhar crítico sobre os não-lugares. São Paulo, SP: Ed. Aleph, 2001.
AGUIAR, Maria de Fátima; BAH, Miguel. Competência profissional no turismo e compromisso social. São Paulo: Roca, 2006.
BENI, Mário Carlos. Política e planejamento de turismo no Brasil. São Paulo: Aleph, 2006.
BOULLÓN, Roberto C. Planejamento do espaço turístico. Bauru, SP: Ed. EDUSC, 2002.
BRUHNS, T. Heloisa; SERRANO, Célia M. Toledo (orgs.). Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997.
CAMARGO, Haroldo Leitão. Uma pré-história do Turismo no Brasil: recreações aristocráticas e lazeres burgueses (1808-1850). São Paulo: Aleph, 2007.
GASTAL, Suzana. Turismo, imagens e imaginários. São Paulo: Aleph, 2005.
_____; MOESCH, Marutscka Martini. Turismo, políticas públicas e cidadania. São Paulo, SP: Ed. Aleph, 2007.
HORNER, Susan; SWARBROOKE, John. O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo: Aleph, 2002.
KOTLER, Philips. Marketing de lugares. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
KRIPPENDORF, Jost. Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e viagens. São Paulo, SP: Aleph, 2000.
MIDDLETON, Victor T. C. Marketing de turismo: teoria e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
MOLINA, E. Sergio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
OURIQUES, Helton Ricardo. **A produção do turismo**: fetichismo e dependência. Campinas, SP: Alínea, 2005.
SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo**: analogias, encontros e relações. São Paulo, SP: Ed. Aleph, 2009.
SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável**: conceitos e impacto ambiental. São Paulo, SP: Ed. Aleph, 2002. Vol. 01.
_____. **Turismo sustentável**: meio ambiente e economia. São Paulo, SP: Ed. Aleph, 2002. Vol. 02.
_____. **Turismo sustentável**: setor público e cenários geográficos. São Paulo, SP: Ed. Aleph, 2002. Vol. 03.
THOMAZI, Sílvia Maria. **Cluster de turismo**: introdução ao estudo de arranjo produtivo local. São Paulo: Aleph, 2006.
TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi *et al.* **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo, SP: Ed. Roca, 2005.
URRY, John. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Studio Nobel, 1996.