

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
PRÓ – REITORIA DE GRADUAÇÃO

**Programa da Disciplina**

<b>Nome:</b> <b>ESTUDO DE VIABILIDADE EM PROJETOS TURÍSTICOS</b>			<b>Código</b> TUR 426
<b>Departamento</b> DEPARTAMENTO DE TURISMO		<b>Unidade</b> DETUR	
<b>Carga Horária Semanal</b> 2	<b>Teórica</b> 02	<b>Prática</b> 0	<b>Total</b> 2
<b>Duração/Semana</b> 15	<b>Nº de Créditos</b> 2	<b>Carga Horária Semestral (horas)</b> 30	
<b>EMENTA</b>			
<p><b>Abordagem do Programa</b> Estudo do mercado interno, tendências e perspectivas, indicadores das viagens, permanência média, gasto médio, gestão de projetos, plano de negócios.</p> <p><b>Objetivo Geral</b> Compreender o que é gestão de projetos, como elabora-los e analisar os indicadores do turismo e ambiente competitivo.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> O que é gestão de projetos. Metodologias e ferramentas para a gestão de projetos. Compreender que é planejamento 'estratégico'. Conhecer as principais etapas do processo de planejamento estratégico e suas contribuições para o desenvolvimento de uma estratégia de sucesso. Entender contribuição das etapas do planejamento para o desenvolvimento de uma estratégia de negócios bem sucedida. Entender o conteúdo de um plano de marketing.</p>			
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introdução. Entendendo a gestão de projetos, resistência a mudanças, gestão de projetos e seu ciclo de vida, excelência em gestão de projetos.</li> <li>2. Análise das necessidades e tendências no macroambiente. Identificação das principais forças do macroambiente e resposta a elas</li> <li>3. Planejamento estratégico para a excelência em gestão de projetos.</li> <li>4. Administração por projetos: aspectos característicos; plano geral da organização; fatores crítico de sucesso, custo baseado em atividade; o elemento humano.</li> <li>5. O projeto: missão, objetivo, produto, estrutura, funcionamento, recursos, ciclo de vida do projeto e sistema de informações gerenciais.</li> <li>6. Definição de planejamento estratégico orientado para o mercado. Oferta e demanda.</li> <li>7. O processo de marketing. A seqüência de entrega do valor. Etapas do processo de planejamento. Análise das oportunidades de mercado. Desenvolvimento de estratégias. Planejamento de programa de marketing: o mix de marketing. Administração do esforço de marketing. Planejamento de produto: a natureza e o conteúdo de um plano de marketing.</li> <li>8. Conteúdo do plano de turismo</li> <li>9. Planejamento turístico e desenvolvimento de destinos</li> </ol>			
<b>Bibliografia Básica</b>			
<p>Cooper, C... [et al].; Salvaterra, A. Turismo: princípios e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2007.</p> <p>EMBRATUR. Plano Nacional do Turismo. O turismo fazendo muito pelo Brasil. Disponível em: <a href="http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_2013.pdf">http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_2013.pdf</a></p> <p>KERZNER, Harold. Gestão de projetos: as melhores práticas. Porto Alegre: Bookman, 2002.</p> <p>MIDDLETON, Clarke. Marketing de turismo: teoria e prática. Rio de Janeiro: Campus, 2002.</p> <p>MINISTÉRIO DO TURISMO. Boas Práticas em Turismo. 2014.</p> <p>MINISTÉRIO DO TURISMO. Índice de Competitividade do Turismo Nacional. Relatório Anual. 2014.</p> <p>OLIVEIRA, A.P. Turismo e Desenvolvimento: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2001.</p> <p>PAULA, S.F. CASTRO. 2013. Protocolo de Avaliação e inventariação de Lugares de Interesses Geológico e Mineiro: bases para um Turismo Científico e aplicação em um Circuito Geológico e Urbano (Ouro Preto, MG). Dissertação de Mestrado em Evolução Crustal e Recursos Naturais).</p>			

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
PRÓ – REITORIA DE GRADUAÇÃO

Departamento de Geologia, Escola de Minas, Universidade Federal de Ouro Preto. Ouro Preto Portal do Turismo de Ouro Preto, disponível em: [www.ouopreto.mg.gov.br/portaldoturismo](http://www.ouopreto.mg.gov.br/portaldoturismo). PUJATI, L... [et al].; Finanças, Administração e Tecnologias Para o Turismo. São Paulo. IPSIS, 2007.  
STEVENS, Robert E. Planejamento de marketing: guia de processos e aplicações práticas. São Paulo: Makron Books, 2001.  
VALERIANO,