

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE – UNICENTRO
Campus Universitário de Irati
Setor de Sociais Aplicadas – SESA/I
Departamento do Curso de Turismo – DETUR

PLANO DE ENSINO

CURSO: Turismo
DISCIPLINA: Agenciamento
C/H SEMANAL: 03
C/H TOTAL: 102

SÉRIE: 3 °
TURNO: M
CÓDIGO: 0384/I
ANO: 2010

EMENTA

Conceito, caracterização, aspectos históricos, classificação, tipologia e a importância das agências no desenvolvimento do turismo. Funcionamento e estrutura organizacionais e operacionais das agências no panorama nacional e internacional. Segmentação de Mercado. Serviços e produtos das agências. Internet versus Agência. Códigos e terminologias usadas pelos agentes de viagens. Sistemas de reservas de serviços. Procedimentos para a abertura e gestão de uma agência. Órgãos fiscalizadores das agências. Transportes. Agências como prestadoras de serviços para o turismo emissor e receptor. Relação agente e cliente. O papel do agente como consultor de viagens. Perspectivas e realidades das agências.

I – OBJETIVOS

- Proporcionar ao aluno o conhecimento dos conceitos fundamentais para a gestão de agências de turismo e viagens, a partir de uma visão sistêmica da atividade turística;
- Conhecer o funcionamento e a estrutura de uma agência de viagens;
- Desenvolver no aluno a compreensão da importância das agências de viagens para o desenvolvimento do turismo;
- Estimular o raciocínio e a criatividade sobre o mercado de agências de viagem.

II – PROGRAMA

Unidade 1 - Conceitos, histórico e tipologia

- 1.1 Histórico das agências de viagens;
- 1.2 Conceitos e tipologia;

Unidade 2 - Organização e estrutura de uma agência de turismo

- 2.1 Estrutura;
- 2.2 Funcionamento.

Unidade 3 - Produtos, serviços e terminologia das agências

- 3.1 Serviços e produtos das agências.
- 3.2 Terminologia, alfabeto fonético, codificação e decodificação
- 3.3 Sistemas de reservas de serviços.
- 3.4 Órgãos fiscalizadores das agências.

Unidade 4 - Abertura e gestão das agências de turismo

- 4.1 Procedimentos para abertura das agências de turismo
- 4.2 Legislação específica

Unidade 5 – Agências como prestadoras de serviços para o turismo emissor e receptor

- 5.1 Relação agente e cliente
- 5.2 O papel do agente como consultor de viagens

Unidade 6 - Tendências e perspectivas da agencia de turismo no século XXI
6.1 Internet *versus* Agências

III – METODOLOGIA DE ENSINO

- Aulas expositivas, audiovisuais e dialogadas
- Análise e interpretação de textos
- Trabalhos e dinâmicas em grupo
- Visitas técnicas

IV – FORMAS DE AVALIAÇÃO

Bimestre	1º Bim.	2º Bim.	3º Bim.	4º Bim.
Peso	1	1	1	1

1ª Avaliação – 1º Bim: prova escrita, trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas, participação em sala – valor de 0 a 10

2ª Avaliação – 2º Bim: prova escrita, trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas, participação em sala – valor de 0 a 10

3ª Avaliação – 3º Bim: prova escrita, trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas, participação em sala – valor de 0 a 10

4ª Avaliação – 4º Bim: prova escrita e/ou trabalho acadêmico – valor de 0 a 10

Média Final: média aritmética simples das avaliações

Exame: constará de uma prova escrita ou trabalho sobre o conteúdo do ano letivo

V – BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRÁFIA BÁSICA

DE LA TORRE, Francisco. **Agencias de viagens e transportes**. São Paulo: Roca, 2003.

EMARÍN, Airton. **Tecnologia da informação nas agências de viagens: em busca da produtividade e do valor agregado**. São Paulo, SP: Aleph, 2004

PETROCCHI, Mário. **Agências de turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2003.

TOMELIN, Carlos Alberto. **Mercado de agências de viagens e turismo**. São Paulo: Aleph, 2001.

BIBLIOGRÁFIA COMPLEMENTAR

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac Sao Paulo, 2003.

BRAGA, Roberio. **Dicionário de turismo**. São Paulo: Uniletras, 2003.

COBRA, Marcos. **Marketing de turismo**. São Paulo: Cobra, 2001.

GOELDNER, Chrles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert W.. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HOLLANDA, Janir. **Turismo: operação e agenciamento**. Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2003.

PAGE, Stephen J. **Transporte e turismo**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001

TRIGO, Luiz G. Godoi; ANSARAH, Marilia G. dos R. (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. Sao Paulo: SENAC Sao Paulo, 2003. 2v.

MAMEDE, Gladston. **Agência, viagens e excursões: regras jurídicas, problemas e soluções**. Barueri, SP: Manole, 2003.

NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marilia Gomes dos Reis. (Org) **Segmentação do Mercado Turístico: Estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009.

RODRIGUES, Lucio Martins.; ENGE, Bebel. **Manual do turista brasileiro**. Sao Paulo: Aleph, 2000. 422p.

SITES RECOMENDADOS

- Associação Brasileira das Operadoras de Turismo
- Associação Brasileira das Agências de Viagens
- Ministério do Turismo
- Programa de Marketing de Relacionamento do Turismo Brasileiro
- Secretaria de Turismo do Paraná