



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2024
<b>Tp. Período</b>	Primeiro semestre
<b>Curso</b>	TURISMO (560/I)
<b>Disciplina</b>	2107/I - TURISMO 4.0
<b>Turma</b>	TUN/I

**Carga Horária:** 34

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

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.

### I. Objetivos

Apresentar debates e conceitos relacionados ao contexto tecnológico atual e sua aplicação no turismo. Introduzir os discentes as tecnologias atuais aplicadas ao turismo através das Inteligências Artificiais, Internet das coisas e Big Data. Analisar o Perfil dos Turistas como consumidores em meio as novas tecnologias. Debater a aplicação da tecnologia em turismo com conceitos econômicos com Economia Colaborativa, Economia Compartilhada e Economia Circular. Desenvolver discussões relacionadas a temas emergentes relacionados ao turismo a aplicação de novas tecnologias.

### II. Programa

Unidade 1. História e Conceitos relacionados as novas tecnologias e sua aplicação ao segmento do Turismo

Unidade 2. Tecnologias e Ferramentas aplicadas ao Turismo: I.A., Big Data e Aplicativos

Unidade 3. Economia do Turismo 4.0: Economia Compartilhada, Economia Colaborativa e Desenvolvimento associado a tecnologias no Turismo.

Unidade 4. Turista consumidor 4.0: Redes Sociais, Algoritmos e Acesso Tecnológico.

Unidade 5. Temas Emergentes do Turismo 4.0: Robotização, Tendências de Mercado e Internet das Coisas

### III. Metodologia de Ensino

- Aulas expositivas dialogadas e discutidas; com utilização de recursos audiovisuais, quadro e giz pelo docente.
- Leitura e compreensão de livros e artigos científicos, para debates em sala de aula.
- Saída técnica

### IV. Formas de Avaliação

- Participação e entrega de um relatório na saída técnica: peso 2,0
- Atividades complementares, conforme cada unidade: peso 2,0
- Apresentação didática sobre um tema preestabelecido pelo docente: peso 3,0
- Prova escrita: peso 3,0
- Recuperação de conteúdo: apresentação didática de um tema preestabelecido pelo docente, com peso 10,0.

### V. Bibliografia

#### Básica

MOTA, Keila Cristina Nicolau. Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001. 207 p.

REJOWSKI, Miriam; COSTA, Benny K. Turismo contemporâneo: desenvolvimento, estratégia e gestão. São Paulo: Atlas, 2003. 315 p.

RUSCHMANN, Doris. Turismo no Brasil: análise e tendências. Barueri, SP: Manole, 2002. 165 p.

#### Complementar

KOTLER, P.; HERMAWAN, K.; IWAN, S. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Sextante, Rio de Janeiro, 2017.

LONGO W. Marketing e comunicação na Era pós-digital: as regras mudaram. HSM, São Paulo, 2014.

PESSIS-PASTERNAK, Guitta. Do caos à inteligência artificial: quando os cientistas se interrogam. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1993. 259 p.

### APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DETUR/I

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 144

**Data:** 24/04/2024