

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

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

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

IRATI

Local

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

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

IV. Formas de Avaliação

- a) Participação e entrega de um relatório na saída técnica: peso 2,0
- b) Atividades complementares, conforme cada unidade: peso 2,0
- c) Apresentação didática sobre um tema preestabelecido pelo docente: peso 3,0
- d) Prova escrita: peso 3,0
- e) 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