

<b>Ano</b>	2024
<b>Tp. Período</b>	Primeiro semestre
<b>Curso</b>	TURISMO (560/I)
<b>Disciplina</b>	2086/I - TECNOLOGIA DE INFORMACAO E COMUNICACAO EM TURISMO I <b>Carga Horária:</b> 51
<b>Turma</b>	TUN/I

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Subculturas digitais e suas relações com o turismo. Cibersociedade e o viés turístico. Turista conectado. Economia digital: comércio eletrônico no turismo. Relacionamento entre empresas e consumidores no turismo da era digital. Temas e cenários emergentes nas TIC relacionados ao turismo.

### I. Objetivos

- Identificar a relação entre tecnologia, informação, comunicação e turismo na sociedade contemporânea;
- Relacionar elementos mídia, cultura e subjetividade presentes no turismo.

### II. Programa

UNIDADE 1 – A era dos produtos, da informação, do valor e da interação: sociedade 1.0, 2.0, 3.0 e 4.0.

UNIDADE 2 – Subculturas digitais: como o turismo se insere nesse contexto?

UNIDADE 3 – Cibersociedade: efemeridade; mutualidade; multiplicidade; sincronicidade; e tensionalidade: como se apresenta o viés turístico?

UNIDADE 4 – Economia digital: comércio eletrônico no turismo

UNIDADE 5 – O turista: consumidor conectado.

UNIDADE 6 – Temas emergentes em TICs e turismo.

### III. Metodologia de Ensino

As aulas serão expositivas, mas estimulando o diálogo entre os alunos e o docente a partir de encontros organizados dentro da carga horária semanal prevista.

Serão disponibilizados artigos e textos para leitura e compreensão dos alunos, de forma a dar subsídios para os debates e discussões sobre a temática durante as aulas.

Poderão ser utilizados recursos audiovisuais como vídeos e podcasts.

Os trabalhos serão individuais ou em grupos, a depender da situação. Poderão ser realizadas saídas de campo.

- Critérios de avaliação: a) acompanhamento e participação nas aulas; b) cumprimento da data de entrega de trabalhos; c) qualidade do material apresentado: clareza, criatividade e coerência no desenvolvimento da compreensão e escrita do tema.

### IV. Formas de Avaliação

1ª Avaliação – trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10;

Recuperação de Nota - trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10;

2ª Avaliação - trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10;

Recuperação de Nota - trabalhos acadêmicos e/ou atividades específicas – valor de 0 a 10.

### V. Bibliografia

#### Básica

FAUSTINO, Paulo. Marketing Digital na Prática: como criar do zero uma estratégia de marketing para promover negócios ou produtos. DVS. 3ª ed: São Paulo, 2019.

JENKINS, H. GREEN, J. FORD, S. Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Aleph: São Paulo, 2014.

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

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

MARTINHO, Luís. Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes. 2ª. Edição. São Paulo: Vozes, 2015.

MONTEIRO, D. AZARITE, R. Monitoramento e métricas de mídias sociais. São Paulo: DVS, 2012.

#### Complementar

ADOLPHO, C. Os 8 Ps do marketing digital: guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011.

BRITTO, Rovilson. Cibercultura sob o olhar dos estudos culturais. Paulinas: São Paulo, 2009.

KOTLER, P. HERMAWAN, K. IWAN, S. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. São Paulo: Elsevier, 2010.

MATTAR, F. N. Pesquisa de marketing: Metodologia, Planejamento, Execução e Análise. 7. ed. São Paulo: Elsevier, Campus, 2014.

VAYNERCHUK, G. Nocaute: como contar sua história no disputado ringue das redes sociais. São Paulo: HSM, 2016. SOUZA, L. H.;

KASTENHOLZ, E.; BARBOSA, M. L. A. Inovação disruptiva no turismo: o caso das hospedagens domiciliares promovidas pela Web 2.0. Anais Brasileiros de Estudos Turísticos, v.6, n.2, 2016.



# 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>	2086/I - TECNOLOGIA DE INFORMACAO E COMUNICACAO EM TURISMO I <b>Carga Horária:</b> 51
<b>Turma</b>	TUN/I

## PLANO DE ENSINO

VAYNERCHUK, G. Nocaute: como contar sua história no disputado ringue das redes sociais. São Paulo: HSM, 2016.

---

### APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DETUR/I  
**Tp. Documento:** Ata Departamental  
**Documento:** 143  
**Data:** 10/04/2024