

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

SECRETARIA DA EDUCAÇÃO SUPERIOR

CENTRO FEDERAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA**CELSO SUCKOW DA FONSECA****Unidade Descentralizada de Nova Friburgo****CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

DEPARTAMENTO		PLANO DE CURSO DA DISCIPLINA		
		Agenciamento I		
CÓDIGO	PERÍODO	ANO	SEMESTRE	PRÉ-REQUISITOS
GTUR8429NF	4º	2010	2	
CRÉDITOS	AULAS/SEMANA			
3	TEÓRICA	PRÁTICA	ESTÁGIO	Teoria Geral do Turismo
	3	0	0	
	TOTAL DE AULAS NO SEMESTRE			
	54			

EMENTA

Ao final da disciplina o aluno deverá ser capaz de estabelecer o relacionamento interpessoal efetivo com o cliente, de modo a torná-lo satisfeito no contato com o profissional de Turismo (agente de viagens); bem como demonstrar conhecimento técnico no cotidiano da atividade e discutir o novo papel do agente de viagens, com enfoque na consultoria em viagens.

BIBLIOGRAFIA**Bibliografia Básica**

BRAGA, Débora Cordeiro (org.). **Agência de viagens e turismo: práticas de mercado**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DANTAS, José Carlos de Sousa. **Qualidade do atendimento nas agências de viagens**. São Paulo: Roca, 2002.

MARIN, Aitor. **Tecnologia da Informação nas Agências de Viagens**: em busca da produtividade e do valor agregado. São Paulo: Aleph, 2004.

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

Bibliografia Complementar

BRASIL. **Legislação brasileira de proteção e defesa do consumidor**. Brasília: Câmara dos Deputados, 2005.

COOPER, Chris et al. **Turismo: Princípios e Práticas**. 3a Ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

IGNARRA, L. **Fundamentos do turismo**. Rio de Janeiro: Pioneira, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO. **Guia brasileiro de sinalização turística**. Brasília: EMBRATUR, 2001.

MAMEDE, Gladston, 1966-. **Agências, viagens e excursões: regras jurídicas, problemas e soluções**. São Paulo: Manole, 2003.

OBJETIVOS GERAIS

Qualificar e capacitar os alunos de acordo com o mercado turístico e conforme o novo perfil das Agências de Viagens, trabalhando o conhecimento das empresas e suas repercussões em âmbitos econômicos, sociais e políticos. Capacitar os alunos a montar, cotizar e operar roteiros e pacotes turísticos aéreos, rodoviários e intermodais, nacionais e internacionais, individuais ou em grupos.

METODOLOGIA

- Aulas expositivas e dialogadas.
- Visitas técnicas e palestras com profissionais da área.
- Debates.

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

P1: Avaliação escrita;
P2: Trabalhos;

CHEFE DO DEPARTAMENTO

NOME	ASSINATURA

PROFESSOR RESPONSÁVEL PELA DISCIPLINA

NOME	ASSINATURA

PROGRAMA

Introdução ao Agenciamento.
Trajetória histórica das agências de turismo.
Discussão conceitual, funções e tipologias das agências de turismo.
Lei Geral do Turismo.
As tecnologias e os canais de distribuição no agenciamento. CRS e GDS.
A intermediação e as agências de turismo.
A comissão e a evolução para a desintermediação. O BSP. A reintermediação do agenciamento.
O processo de roteirização turística.
Códigos e Siglas do Agenciamento.
Os pacotes turísticos: planejamento e operacionalização. Formatação e precificação de pacotes turísticos.
As agências e serviços de turismo receptivo.
Serviços emissivos: transportes.
Serviços emissivos: hospedagem e alimentação. Serviços de apoio a viagens.