

## **Gestão Estratégica e Inteligência de Negócios – Márcia Cecília Oliveira**

### **Objetivos**

O estudante deverá estar capacitado a utilizar os conhecimentos administrativos na sua atuação profissional, planejando, organizando, dirigindo, coordenando e controlando com eficácia, eficiência e efetividade as operações empresariais campo do Turismo.

Preparar o egresso para a gestão de empresas turísticas, conscientizando-o das especificidades desse tipo de gestão; bem como da segmentação diversificada dos negócios em Turismo.

Aplicar os conhecimentos adquiridos de gestão de forma sistêmica.

### **Ementa**

Oferecer os elementos necessários para confecção de estratégias de negócios turísticos com base na internet, incluindo a integração de destinos turísticos.

Oferecer visão geral da tecnologia da informação e demonstrar a importância do entendimento e do desenvolvimento de sistemas, de forma a auxiliar os gestores no processo decisório; detalhar as principais ferramentas tecnológicas disponíveis no Mercado; refletir sobre as novas tendências e perspectivas da Gestão de Recursos Tecnológicos; desenvolver a capacidade de mapeamento de Processos Organizacionais.

Apresentar os fundamentos do gerenciamento e desenvolvimento de uma boa carreira profissional.

Introduzir conceitos de inovação, empreendedorismo, criatividade, comunicação empresarial, etiqueta no ambiente de trabalho, organização e administração do tempo.

Trabalhar no curso de turismo as gestões da auto-imagem e do relacionamento interpessoal.

Desenvolver as habilidades lingüísticas e discursivas do aluno para: produção de projetos, cartas e relatórios; apresentação oral (informativa e persuasiva); argumentação em situações de negociação; participação em entrevistas e reuniões.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### UNIDADE I - ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS TURÍSTICOS NA INTERNET

- 1.1. Conceitos introdutórios: *e-commerce, e-business, business to businnes, customer to customer, marketing place.*
- 1.2. Projetando um Negócio na Internet.
- 1.3. Construção de um Site na Internet.
- 1.4. Divulgação no ambiente virtual.
- 1.5. Elaboração de Parcerias no ambiente Web.
- 1.6. Tipologia dos sites.
- 1.7. Técnicas de gerenciamento de negócios virtuais.
- 1.8. Especificidades da "Indústria do Turismo".
- 1.9. O ambiente "*Second Life*"

### UNIDADE II - INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS

- 2.1. Sistemas de Informações nas Empresas: Conceitos Introdutórios e contextualização do Tema. Abordagem Contemporânea dos Sistemas de Informações. Principais Aplicações de um Sistema de Informação. Sistemas de Informações – Novas oportunidades tecnológicas. Sistemas numa perspectiva funcional. Integração de Sistemas de Informação. Sistemas de Informações Internacionais.
- 2.2. Sistemas de Informação, Organizações, Administração e Estratégia: Organizações e Sistemas de Informação. O papel em constante mudança dos Sistemas de Informação. Gerentes, Tomadas de Decisão e Sistemas de Informação. Sistemas de Informação e Estratégia Empresarial.
- 2.3. A Empresa Digital: Comércio e Negócios Eletrônicos. A empresa digital emergente. Comércio eletrônico.
- 2.4. Desafios e oportunidades para a administração. Questões éticas e sociais nas empresas virtuais.
- 2.5. Infra-estrutura da Tecnologia da Informação: Administração dos recursos de Hardware e de

Software.

2.6. Tecnologia de armazenamento, entrada e saída. Tipos de Softwares e tipos de computadores. Banco de Dados.

2.7. Rede e Telecomunicações.

2.8. Gerenciamento do Conhecimento utilizando os Sistemas de Informações: Gestão do Conhecimento nas Organizações. Dinâmica das Informações nas Organizações e ferramentas tecnológicas para a Gestão do Conhecimento.

2.9. Mapeamento de Processos e os Sistemas de Informação: Conceitos introdutórios. Diferença entre Função Empresarial e Processos de Negócios. Tecnologia da Informação aplicada a Processos.

2.10. Sistemas Especialistas: Sistemas de Reservas. Sistemas centralizados e distribuídos. Distribuição eletrônica para a indústria do Turismo. O Turismo e a Internet – oportunidades e ameaças. O E-Business para as Organizações de Gerenciamento de Destinos.

### **UNIDADE III - GERENCIAMENTO DA CARREIRA PROFISSIONAL DO TURISMÓLOGO**

3.1 Carreira Profissional e Visão de Futuro;

3.2 Inovação e Criatividade;

3.3 Comportamento Empreendedor;

3.4 Habilidades de Relacionamento – relacionamento interpessoal;

3.5 Desafios do relacionamento interpessoal, em um ambiente de diversidade (social; cultural; pessoal);

3.5 Etiqueta Profissional;

3.6 Comunicação: importância, métodos e suas aplicações;

3.7 Comunicação Escrita - adequação ao público-alvo;

3.8 Comunicação Escrita – regras para diferentes materiais (projetos, cartas, relatórios, emails);

3.9 Apresentações – desenvolvimento de habilidades para apresentações em público e conselhos úteis;

3.10 Reuniões e entrevistas produtivas – planejamento e follow up;

3.11 Organização e Administração do Tempo;

3.12 Diagnóstico e Plano de Metas Individual.

## **Bibliografia**

CASTELLI, Geraldo. Administração Hoteleira.....

LA TORRE, Francisco de. Administração Hoteleira.....

PINTO, Miguel Luiz Marun. Fundamentos de administração no turismo. Rio de Janeiro: Infobook, 2000.

CAVASSA, César. Gestión Administrativa para Empresas Turísticas. México: Trillas, 2000.

CHIAVENATO, Idalberto. Vamos abrir um negócio. SP: Makron, 1995.

IBPI. Fundamentos de Administração no turismo. 2000.

SALAH, Eldin Abdel. Introdução à Administração do Turismo. São

PINTO, Miguel Luiz Marun. Fundamentos de Administração no turismo. Rio de Janeiro: Infobook, 2000.