

Consultoria em Turismo – Haroldo Tuma

Objetivos

Capacitar para atuar no segmento de consultoria na área de turismo e hospitalidade, tanto no que diz respeito ao processo de desenvolvimento de novos negócios como de gestão estratégica de empreendimentos existentes no mercado; conhecer o segmento de consultoria turística e de hospitalidade; apresentar novas áreas de atuação para o profissional turismólogo, capacitando-o a analisar subjetivamente negócios de turismo e hospitalidade e sua interação com o ambiente e a sociedade, de acordo com os princípios da ética e da cidadania; trabalhar conhecimentos necessários ao processo de captação e orientação de um projeto de consultoria, nas áreas de turismo e de hospitalidade; trabalhar conhecimentos necessários para o exercício da função de analista de mercados e de projetos nas áreas do mercado turístico e de hospitalidade.

Ementa

Consultoria e o mercado de trabalho para o turismólogo; Áreas de atuação em consultoria; significados, alcance e indicadores das viagens e turismo; Planejamento Turístico I: análises e estratégias; Planejamento Turístico II: implementação e controle; Turismo Alternativo I; Turismo Alternativo II; Gestão Hoteleira: serviços de consultoria; Sistema de Qualidade Turística.

Conteúdo Programático

1. Apresentação da disciplina
2. O que é CONSULTORIA – técnica, ética e questões subjetivas
3. Desenvolvimento e gestão estratégica de mercados, produtos e serviços
4. Criação de novos negócios, empreendedorismo e técnicas de avaliação de cenários de mercado
5. Novas tendências de análise de contextos sociais, econômicos, culturais e políticos – a pós-modernidade e a estratégia de desenvolvimento e gestão de negócios

6. Avaliação de localizações para implantação de negócios de turismo e hospitalidade
7. Análise de oferta em um ambiente mutável e altamente competitivo
8. Perfil do público e seleção de segmentos alvo
9. Responsabilidade social, ambiental e cultural no desenvolvimento e gestão de projetos de consultoria
10. Desenvolvimento de mercados, produtos e serviços de turismo e de hospitalidade e o desafio da criatividade
11. Estratégias de posicionamento e reposicionamento em turismo e hospitalidade
12. Valor simbólico, valor material e renda de monopólio em turismo e hospitalidade
13. Gestão do capital em turismo e hospitalidade – formas diferenciadas de formação, distribuição e realização do capital (processos de acreditação, segmentos alternativos, redes globais, marcas de distinção, produção imobiliária)
14. Gestão de processos em turismo e hospitalidade – sistemas e modulações
15. Gestão de patrimônio em turismo e hospitalidade – manutenção, segurança, administração de ativos e estratégias de renovação

Bibliografia

- ANDRADE, José Vicente. Turismo – fundamentos e dimensões. 8 ed. São Paulo. Ática, 2002.
- BENI, Mário Carlos. Globalização do Turismo – megatendências do setor e realidade brasileira. São Paulo. Aleph, 2003.
- COOPER, Chris. Turismo – princípios e práticas. 2 ed. Porto Alegre. Bookman, 2003.
- LOCKWOOD A. Turismo e Hospitalidade no século XXI. Barueri. Manole, 2003.
- OLIVEIRA, T. M. V. DE & IKEDA, A. A. **O conceito de valor para o cliente: definições e implicações gerenciais em marketing**. Revista Eletrônica de Gestão Organizacional, Volume 3, Número 1, ISSN 1679-1827 Janeiro/Abril, 2005. <Disponível em www.gestaoorg.dca.ufpe.br> . Acesso em 14.jul.2005.

BASTOS, Maria Ignez P. L.: O Direito e o Averso da Consultoria: Como proceder mudanças organizacionais através de um processo de consultoria profissional, seguro e eficaz – São Paulo: Makron, 1999.

BELLMAN, Geoffrey M., A Vocação de Consultor: A Integridade, Responsabilidade e a Espiritualidade como Fatores que definem a Vocação de um Consultor – “Muitos os chamados, poucos os contratados” – São Paulo: Makron, 1993

BLOCK, Peter, Consultoria: o desafio da Liberdade, um guia para colocar em prática todo seu conhecimento – São Paulo: Makron, 2001.

ELTZ, Fábio & VEIT, Mara, Consultoria Interna: Use a rede de inteligência que existe na sua empresa – Salvador: Casa da Qualidade, 1999.

HOLTZ, Herman, Como Ser um Consultor Independente de Sucesso – Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

JUNQUEIRA, L. A. Costacurta & MARCHIONI, Célia, Cada Empresa tem o Consultor que Merece: Como otimizar as relações entre clientes e consultores – São Paulo: Editora Gente, 1999.

MOCSÁNYI, Dino Carlos, Consultoria: O que fazer, como vender – Marketing, vendas e execução – São Paulo: Editora Gente, 1997.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de, Manual de Consultoria Empresarial: Conceitos, Metodologia e Práticas – São Paulo: Editora Atlas, 2001.

ORLICKAS, Elizenda, Consultoria Interna de Recursos Humanos – Como Empresas Bem-Sucedidas Estão Gerenciando Recursos Humanos e Obtendo Vantagens Competitivas – São Paulo: Makron, 1998.

WEINBERG, Gerald M., Consultoria – O segredo do Sucesso – São Paulo: McGraw-Hill, 1990.