

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM EVENTOS

FATEC Barueri

também implantado nas Unidades de
Cruzeiro, Ipiranga, Itu, Jundiaí, Presidente Prudente*Reestruturado em 2014, para 2015***Justificativa**

Nos últimos 15 anos e em âmbito mundial, o trabalho com eventos tornou-se um conjunto de habilidades amplamente reconhecido e altamente valorizado, oferecendo oportunidades únicas, interessantes e variadas em um ramo em rápida expansão, o que configura um olhar de gestão. Essa gestão de eventos é um setor diversificado, que abrange muitos aspectos da vida moderna e dos negócios. Ocupa-se igualmente tanto de funções locais e mesmo pessoais de pequena escala, caso de uma festa de aniversário, quanto de megaeventos, como Jogos Olímpicos ou Copa do Mundo.

Recentemente, somente um hotel no centro do Rio de Janeiro abrigava, em um dia considerado normal, não menos de 14 eventos simultaneamente. Esses eventos eram de treinamento, de conagração, vendas, workshops, técnicos, acadêmicos e científicos. Havia alguns que ocupavam uma única sala e mais de um tinha lugar em salões com capacidade para várias centenas de participantes. Esse microcosmo empregava diretamente um contingente significativo de pessoas, e cada um dos eventos precisou de ao menos um profissional para planejar, organizar e conduzir. Segundo pesquisa do Centro Universitário Senac de São Paulo, os eventos são a segunda maior motivação das visitas à capital paulista e só naquela cidade somam 90 mil ao ano.

Vários fatores têm proporcionado a rápida expansão da indústria da organização e gestão de eventos:

- Expansão de organizações governamentais e de ONGs, juntamente com uma necessidade crescente de reuniões entre os setores público e privado.
- Crescimento das empresas brasileiras, expansão dos investimentos estrangeiros, que precisam de mais reuniões interdepartamentais e inter-regionais.
- Salto qualitativo e quantitativo do agronegócio no Brasil, com criação de vários tipos de eventos, desde rodeios até convenções de negócios, passando por feiras em que são mostrados e comercializados diversos produtos, com ênfase crescente em tecnologia avançada de vários tipos.
- Surgimento de uma infinidade de pequenos negócios, que precisam se tornar conhecidos e estabelecer, reforçar ou ampliar suas redes de contatos.
- Evolução e amadurecimento dos interesses de cooperativas, grupos profissionais e mesmo grupos de pressão.
- Aperfeiçoamentos das técnicas de vendas, multiplicidade de lançamentos de produtos e de reuniões de promoções de vendas.

- Necessidade de atualizar as informações e os métodos por meio de treinamento in-company, desenvolvimento profissional contínuo e participação em reuniões ad hoc ou agendadas.
- Desenvolvimento de assuntos especializados por meio de conferências com especialistas habilitados para transmitir informações.
- Expansão das igrejas evangélicas e do catolicismo carismático, que, por definição, têm nos eventos um aspecto importante de sua atuação.
- Aumento da classe média brasileira, com conseqüente abertura de novos mercados para eventos festivos, musicais e de lazer em geral. Nesse aspecto, o mercado de eventos está certamente bastante ligado ao turismo.

Em resposta a esse avanço do mercado de eventos, muitas cidades em todo o país – na verdade o fenômeno é mundial – ao reconhecer os benefícios econômicos potenciais, passaram a se equipar com os chamados centros de convenções, construídos para acolher eventos locais, nacionais e internacionais capazes de atrair milhares de pessoas. Itajaí, em Santa Catarina, por exemplo, cidade com menos de 200 mil habitantes, conta desde 2012 com um centro de eventos muito bem equipado e capacidade para 15 mil pessoas em vários eventos em paralelo. Do mesmo modo, a rede hoteleira no Brasil está em expansão, o que aumenta consideravelmente a oferta de espaços para eventos.

Um dos aspectos do mercado para o profissional dessa área é o crescente reconhecimento da necessidade de comercializar essas instalações profissionalmente, em um contexto cada vez mais competitivo.

Assim, torna-se necessário preparar profissionais capacitados, com habilidades gerais e específicas para esse mercado de trabalho empreendedor, desafiante e que permanecerá em expansão por todo o futuro previsível.

O gestor de Eventos é um profissional de quem se requer capacitação técnica, estratégica e criativa que, como as experiências brasileira e internacional indicam, são requisitos profissionais de um mercado em expansão e exigem profissionalismo e dedicação.

Este cenário demonstra a necessidade de revisão de conteúdos do Curso Superior de Tecnologia em Eventos, pois o profissional, atualmente, tem necessidades tais como ligações claras com turismo, esporte, patrimônio histórico, negócios, relações públicas e cultura, entre vários outros; o que o trabalho de reestruturação desenvolvido pelo Núcleo Docente Estruturante do curso procurou atender.

Estão, assim, postas as razões que amplamente justificam a reestruturação deste curso, bem como de implantação do mesmo em novas Unidades. As ferramentas para atrair os alunos também estão colocadas: o mercado é amplo, promissor e o curso está estruturado de acordo com as exigências do mercado unindo teoria e prática.

Curso Superior de Tecnologia em Eventos

Dados Gerais do Curso:

- **Carga horária total do curso:** 2800 horas, sendo 2880 aulas → 2400 horas (atende CNCST) + 240 horas de Estágio Curricular + 160 horas de Trabalho de Graduação.
- **Duração da aula:** 50 minutos;
- **Período letivo:** semestral, mínimo de 100 dias letivos (20 semanas);
- **Prazo de integralização:** mínimo: 3 anos (6 semestres),
máximo: 5 anos (10 semestres);
- **Regime de Matrícula:** Conjunto de disciplinas;
- **Forma de Acesso:** Classificação em Processo Seletivo – Vestibular
É realizado em uma única fase, com provas das disciplinas do núcleo comum do ensino médio ou equivalente, em forma de testes objetivos e uma redação.
- **Normas Legais:**

A Composição Curricular do Curso, está regulamentada na Resolução CNE/CP nº 03/2002, que institui as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a organização e o funcionamento dos cursos superiores de tecnologia.

A Carga Horária estabelecida para o Curso, na Portaria nº 10, de 28 de julho de 2006, que aprova, em extrato, o Catálogo Nacional dos Cursos Superiores de Tecnologia.

O Curso Superior de Tecnologia em Eventos, pelo Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, pertence ao Eixo Hospitalidade e Lazer e propõe uma carga horária total de 1.600 horas. A carga horária de 2.880 aulas corresponde a 2.400 horas de atividades, somadas a 240 horas de Estágio Curricular e a 160 horas de Trabalho de Graduação, totalizando 2.800 horas.

Projeto Pedagógico

1. Objetivos, geral e específicos do Curso

O Objetivo do curso é formar os melhores profissionais da melhor maneira possível.

Os objetivos específicos incluem:

- Atrair bons estudantes, por meio de um currículo consistente, de uma divulgação eficaz e de bons resultados na satisfação com o curso e na empregabilidade.
- Equilibrar o curso entre:
 - necessidade de atender ao mercado, o que é obtido por meio de constante pesquisa junto aos empregadores e observação do que é feito por outros cursos, no Brasil e no exterior;
 - imperativo de conferir aos estudantes a estatura intelectual que se espera dos formandos por boa faculdade, o que é obtido ao se enfatizar o uso da linguagem, o conhecimento da herança cultural a defender e a cultura relativa ao mundo dos negócios.
- Desenvolver nos alunos o espírito de empreendedorismo e inovação.
- Proporcionar aos alunos um curso estimulante, que ofereça desafios, incentivos e descobertas.
- Incluir o máximo possível e viável de atividades de cunho prático, desde os primeiros semestres da formação, com especial atenção ao trabalho de conclusão de curso, que deve se constituir em um cartão de visitas do aluno para o mercado.

2. Perfil Profissional:

Segundo o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, em sua versão 2010, o tecnólogo em eventos deverá possuir o seguinte perfil profissional:

“O tecnólogo em Eventos atua em instituições de eventos, de turismo e em meios de hospedagem, prestando serviços especializados no planejamento, organização e execução de eventos sociais, esportivos, culturais, científicos, artísticos, de lazer e outros. Domínio dos códigos funcionais e dos processos de interação dinâmica de todos os agentes integrados ao turismo e os variados aspectos culturais, econômicos e sociais da região em que atua, com consciência crítica acerca das orientações éticas, ambientais e legais, são fundamentais na atuação deste profissional.”

3. Competências profissionais.

3.1 Competências Gerais:

As competências profissionais gerais do Tecnólogo em Eventos incluem:

- Identificação e avaliação crítica das estruturas, funções, produtos, cadeia de suprimentos e operações estratégicas de eventos.
- Avaliação crítica de contextos dinâmicos e de ambientes eventualmente incertos nos quais as organizações operam eventos.
- Conhecimento e compreensão dos consumidores de eventos, suas necessidades, comportamentos e interações sociais, culturas de consumo e relações entre os consumidores e os prestadores de serviços de eventos.
- Avaliação crítica da inter-relação entre os eventos e as comunidades, culturas, economias e ambientes em que eles ocorrem, além de avaliação dos processos de planejamento apropriados.
- Elaboração e orientação de propostas de textos e materiais audiovisuais informativos sobre eventos.
- Compreensão (consciência crítica) dos vários domínios associados a planejamento, organização, implementação, gestão e avaliação de eventos.
- Compreensão das questões e princípios de sustentabilidade, ética e responsabilidade social no contexto dos eventos.
- Avaliação da importância das diversidades sociais, econômicas e culturais na gestão dos eventos.
- Geração de ideias criativas, conceitos e projetos de eventos, assim como propostas e soluções que atendam diferentes necessidades de clientes e negócios.

3.2 Competências Específicas & habilidades

As competências profissionais específicas do Tecnólogo em Eventos incluem:

- Planejamento, organização e gestão de feiras, exposições, visitas, recepções e shows, assim como outras formas de eventos.
- Planejamento, organização e gestão de programas de hospitalidade em organizações.
- Acompanhamentos e orientações de indivíduos e grupos nacionais e estrangeiros, estabelecendo interface entre esses grupos e os meios de comunicação.
- Compreensão e orientação da aplicação de aspectos legais ligados a eventos.
- Prospecção de oportunidades e criação de novas áreas de negócios em eventos e em gestão de hospitalidade.
- Estudos de mercado de eventos em geral e estudos de viabilidade econômica dos eventos, com a realização de pesquisas de satisfação de participantes.
- Realização de pesquisas aplicadas acerca do mercado de eventos, bem como estudos que possam beneficiar a comunidade receptora de eventos.
- Elaboração de planos e gestão de ações de marketing ligadas à comunicação de eventos e de programas de hospitalidade.
- Administração de vendas de produtos ligados a eventos e à hospitalidade.
- Estruturação, captação e efetivação de acordos de patrocínio e cooperação entre organizações e entidades.
- Análise e avaliação da qualidade do evento e seus resultados no impacto sobre o consumidor de eventos e/ou a organização do evento.
- Comunicação em língua estrangeira no contexto dos eventos.
- Estruturação de pesquisas técnico-científicas aplicadas à área de eventos.

As habilidades necessárias para exercer essas competências são:

- Desembaraço em operações financeiras/contábeis;
- Uso dos conceitos e técnicas de marketing;

- Domínio dos recursos de computação;
- Comunicação em línguas estrangeiras, notadamente o Inglês;
- Liderança;
- Resolução problemas relativos a relações interpessoais e de atendimento ao cliente;
- Domínio de leitura e escrita.

3.3 Mapeamento de competências x componentes

Competências	Componentes curriculares
- Avaliar criticamente estruturas, funções, produtos, cadeia de suprimentos e operações estratégicas de eventos.	Introdução a Eventos e Hospitalidade; Planejamento e Organização de Eventos; Fundamentos de Logística Aplicada.
- Avaliar criticamente contextos dinâmicos e ambientes eventualmente incertos nos quais as organizações operam eventos.	Planejamento e Organização de Eventos; Sociedade, Tecnologia e Inovação; Fundamentos de Administração Geral.
- Conhecer e compreender os consumidores de eventos, suas necessidades, comportamentos e interações sociais, culturas de consumo e relações entre os consumidores e os prestadores de serviços de eventos.	Introdução a Eventos e Hospitalidade; Gestão de Marketing de Serviços; Captação de Eventos e Recursos; Fundamentos de Gestão de Pessoas; Sociedade, Tecnologia e Inovação; Relações Públicas; Planejamento de Atividades de Lazer.
- Avaliar criticamente a inter-relação entre os eventos e as comunidades, culturas, economias e ambientes em que eles ocorrem, além de avaliar os processos de planejamento apropriados.	Introdução a Eventos e Hospitalidade; Gestão do Patrimônio Cultural; Relações do Espaço Geográfico; Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade; Sociedade, Tecnologia e Inovação; Relações Internacionais e Geopolítica; Fundamentos de Administração Geral; Fundamentos de Economia.
- Elaborar e orientar propostas de textos e materiais audiovisuais informativos sobre eventos	Design Gráfico; Leitura e Produção de Textos; Inglês; Espanhol; Tecnologia da Informação.
- Compreender os vários domínios associados a planejamento, organização, implementação, gestão e avaliação de eventos.	Planejamento e Organização de Eventos; Cerimonial; Plano de Negócios; Gestão de Projetos; Fundamentos de Administração Geral; Contabilidade Gerencial; Fundamentos de Logística Aplicada.
- Compreender questões e princípios de sustentabilidade, ética e responsabilidade social no contexto dos eventos.	Gestão Ambiental em Eventos; Gestão do Patrimônio Cultural; Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade; Direito Aplicado a Eventos; Introdução a Eventos e Hospitalidade.
- Avaliar a importância das diversidades sociais, econômicas e culturais na gestão dos eventos.	Gestão Ambiental em Eventos; Gestão do Patrimônio Cultural; Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade; Sociedade, Tecnologia e Inovação; Relações Internacionais – Geopolítica.
- Gerar ideias criativas, conceitos e projetos de eventos, propostas e soluções para atender a diferentes necessidades de clientes e negócios.	Gestão de Marketing de Serviços; Design Gráfico; Planejamento e Organização de Eventos; Relações Públicas; Gestão de Projetos; Captação de Eventos e Recursos.
- Planejar, organizar e gerir feiras, exposições, visitas, recepções e shows, assim como outras formas de eventos.	Gestão de Projetos; Ambientação de Espaços Físicos; Fundamentos de Administração Geral; Fundamentos de Logística Aplicada; Gestão de Marketing de Serviços; Planejamento e Organização de Eventos.
- Planejar, organizar e gerir programas de hospitalidade em organizações.	Introdução a Eventos e Hospitalidade; Planejamento e Organização de Eventos; Cerimonial; Fundamentos de Gestão de Pessoas;

	Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade; Gestão de Marketing de Serviços; Relações Públicas; Alimentos e Bebidas; Ergonomia Aplicada ao Trabalho; Ambientação de Espaços Físicos; Planejamento de Atividades de Lazer.
– Acompanhar e orientar indivíduos e grupos nacionais e estrangeiros, estabelecendo interface entre esses grupos e os meios de comunicação.	Planejamento e Organização de Eventos; Cerimonial; Gestão de Marketing de Serviços; Relações Públicas; Inglês; Espanhol.
– Compreender e orientar aplicação de aspectos legais ligados a eventos.	Direito Aplicado a Eventos; Plano de Negócios.
– Prospectar oportunidades de criação de novas áreas de negócios em eventos e em gestão de hospitalidade.	Captação de Eventos e Recursos; Plano de Negócio; Relações Públicas; Gestão de Marketing de Serviços.
– Estudar o mercado de eventos em geral e a viabilidade econômica dos eventos e realizar pesquisas de satisfação de seus participantes.	Plano de Negócio; Gestão de Marketing de Serviços; Planejamento e Organização de Eventos; Fundamentos de Economia; Contabilidade Gerencial; Matemática Financeira; Estatística Descritiva.
– Realizar pesquisas aplicadas acerca do mercado de eventos, bem como estudos que possam beneficiar a comunidade receptora de eventos.	Gestão de Marketing de Serviços; Captação de Eventos e Recursos; Estatística Descritiva.
– Elaborar planos e gerir ações de marketing ligadas à comunicação integrada de eventos e de programas de hospitalidade.	Gestão de Marketing de Serviços; Relações Públicas.
– Administrar vendas de produtos ligados a eventos e à hospitalidade.	Captação de Eventos e Recursos; Gestão de Marketing de Serviços; Contabilidade Gerencial.
– Estruturar, captar e efetivar acordos de patrocínio e cooperação entre organizações e entidades.	Captação de Eventos e Recursos; Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade; Relações Internacionais – Geopolítica.
– Avaliar a qualidade do evento e seus resultados no impacto sobre o consumidor de eventos e/ou a organização do evento.	Relações Públicas; Planejamento e Organização de Eventos; Gestão de Marketing de Serviços; Gestão de Projetos; Estatística Descritiva.
– Comunicar-se em língua estrangeira no contexto dos eventos	Inglês; Espanhol.
– Estruturar pesquisa técnico-científica aplicada à área de eventos.	Métodos para Produção do Conhecimento.

4. Organização Curricular

Para atingir seus objetivos, o Curso deverá contemplar conteúdos, aliados a habilidades e competências cognitivas e profissionais, cujas cargas horárias apoiem-se em núcleos de conteúdos básicos e profissionalizantes, conforme define a matriz curricular, assim distribuídos:

- **20,8%** de Conteúdos Básicos;
- **79,2%** de Conteúdos Profissionalizantes.

MATRIZ CURRICULAR: Curso Superior de Tecnologia em Eventos

Genérica, apresentando, na forma de espaços livres, disponibilidades para as adaptações locais (Escolhas: 12 aulas – 8,33%)

1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre
Projeto Integrador de Eventos I (4)	Projeto Integrador de Eventos II (4)	Projeto Integrador de Eventos III (4)	Projeto Integrador de Eventos IV (4)	Projeto Integrador de Eventos V (4)	Projeto Integrador de Eventos VI (4)
Introdução a Eventos e Hospitalidade (4)	Gestão do Patrimônio Cultural (2)	Alimentos e Bebidas (4)	Ambientação de Espaços Físicos (4)	escolhas das Unidades	escolhas das Unidades
Relações do Espaço Geográfico (2)	Planejamento e Organização de Eventos (4)				
Métod. p/ produção do conhecimento (2)	Cerimonial (4)	Gestão de Marketing de Serviços (4)	Gestão de Projetos (4)	Captação de Eventos e Recursos (4)	Gestão Ambiental em Eventos (4)
Tecnologia da Informação (4)					
Leitura e Produção de Textos (4)	Fund. de Administração Geral (2)	Fundamentos de Economia (2)	Design Gráfico (4)	Plano de Negócio (2)	Planejamento de Atividades de Lazer (2)
	Fund. Matemática Financeira (2)	Estatística Descritiva (2)		Fundamentos de Logística Aplicada (2)	
Espanhol I (2)	Espanhol II (2)	Espanhol III (2)	Espanhol IV (2)	Direito aplicado a Eventos (2)	Ergonomia Aplicada ao Trabalho (2)
Inglês I (2)	Inglês II (2)	Inglês III (2)	Inglês IV (2)	Inglês V (2)	Inglês VI (2)
Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480

estágio curricular: 240 horas, a partir do 2o. Semestre e trabalho de graduação: 160 horas, a partir do 5o. Semestre

Escolhas das Unidades:

Unidades	Semestre	Componentes
Barueri, Ipiranga e Presidente Prudente	5º semestre	Espanhol V (2 aulas) Teoria da Imagem (4 aulas)
	6º semestre	Espanhol VI (2 aulas) Produção Audiovisual (4 aulas)
Cruzeiro	5º semestre	Espanhol V (2 aulas) Gestão de Eventos e Agenciamento de Viagens (4 aulas)
		6º semestre
	5º semestre	Espanhol V (2 aulas) Meios de Hospedagem (4 aulas)
Itu	6º semestre	Espanhol VI (2 aulas) Turismo Rural (4 aulas)
	Jundiaí	5º semestre
6º semestre		Italiano II (2 aulas) Produção Audiovisual (4 aulas)

MATRIZ CURRICULAR: Curso Superior de Tecnologia em Eventos

Local: FATEC Barueri

1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre
Projeto Integrador de Eventos I (4)	Projeto Integrador de Eventos II (4)	Projeto Integrador de Eventos III (4)	Projeto Integrador de Eventos IV (4)	Projeto Integrador de Eventos V (4)	Projeto Integrador de Eventos VI (4)
Introdução a Eventos e Hospitalidade (4)	Gestão do Patrimônio Cultural (2)	Alimentos e Bebidas (4)	Ambientação de Espaços Físicos (4)	Captação de Eventos e Recursos (4)	Gestão Ambiental em Eventos (4)
Relações do Espaço Geográfico (2)	Planejamento e Organização de Eventos (4)	Fund. de Gestão de Pessoas (2)	Contabilidade Gerencial (4)	Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade (2)	Relações Públicas (4)
Métod. p/ produção do conhecimento (2)	Cerimonial (4)	Gestão de Marketing de Serviços (4)	Gestão de Projetos (4)	Teoria da Imagem (4)	Planejamento de Atividades de Lazer (2)
Tecnologia da Informação (4)	Sociedade, Tecnologia e Inovação (2)	Relações Internacionais - Geopolítica (2)	Design Gráfico (4)	Plano de Negócio (2)	Produção Audiovisual (4)
Leitura e Produção de Textos (4)	Fund. de Administração Geral (2)	Fundamentos de Economia (2)		Fundamentos de Logística Aplicada (2)	Ergonomia Aplicada ao Trabalho (2)
	Fund. Matemática Financeira (2)	Estatística Descritiva (2)		Direito aplicado a Eventos (2)	
Espanhol I (2)	Espanhol II (2)	Espanhol III (2)	Espanhol IV (2)	Espanhol V (2)	Espanhol VI (2)
Inglês I (2)	Inglês II (2)	Inglês III (2)	Inglês IV (2)	Inglês V (2)	Inglês VI (2)
Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480	Aulas: Semanais 24 Semestrais 480

estágio curricular: 240 horas, a partir do 2o. Semestre e trabalho de graduação: 160 horas, a partir do 5o. Semestre
componentes com borda destacada compõem as Escolhas da Unidade (Espanhol V e VI, Teoria da Imagem e Produção Audiovisual)

DISTRIBUIÇÃO DAS AULAS POR EIXO FORMATIVO

Disciplinas BÁSICAS	Aulas	%	Disciplinas PROFISSIONAIS	Aulas	%
Comunicação em Língua Portuguesa	80	2,8			
Comunicação em Língua estrangeira: Espanhol	80	2,8	Com. Língua estrangeira aplicada: Espanhol	160	5,6
Comunicação em Língua estrangeira: Inglês	240	8,3	Projetos Integradores de curso	480	16,7
Matemática e Estatística	80	2,8	Específicas da Tecnologia do curso	960	33,3
Administração e Economia	80	2,8	Gestão	400	13,9
Transversais / Multidisciplinares	40	1,4	Transversais / Multidisciplinares	280	9,7
TOTAL	600	20,8	TOTAL	2280	79,2

RESUMO DE CARGA HORÁRIA:

2880 aulas → 2400 horas (atende ao CNCST, ao CEE-SP e às diretrizes do CEETEPS) +
240 horas de Estágio Curricular + 160 horas de Trabalho de Graduação = 2800 Horas

Componentes Curriculares:

Sigla	Componente	Aulas semanais	Aulas semestrais			
			Teóric as	Prátic as	Auto-nomas	Totais
	Alimentos e Bebidas	4	40	40	-	80
	Ambientação de Espaços Físicos	4	40	40	-	80
	Captação de Eventos e Recursos	4	40	40	-	80
	Cerimonial	4	40	40	-	80
COM-003	Contabilidade Gerencial	4	40	40	-	80
	Design Gráfico	4	20	60	-	80
	Direito Aplicado a Eventos	2	40	-	-	40
	Ergonomia Aplicada ao Trabalho	2	40	-	-	40
ESP-001	Espanhol I	2	40	-	-	40
ESP-002	Espanhol II	2	40	-	-	40
ESP-003	Espanhol III	2	40	-	-	40
ESP-004	Espanhol IV	2	40	-	-	40
EST-002	Estatística Descritiva	2	30	10	-	40
ADM-001	Fundamentos de Administração Geral	2	40	-	-	40
ECN-001	Fundamentos de Economia	2	40	-	-	40
	Fundamentos de Gestão de Pessoas	2	40	-	-	40
	Fundamentos de Logística Aplicada	2	40	-	-	40
MAT-004	Fundamentos de Matemática Financeira	2	24	16	-	40
	Gestão Ambiental em Eventos	4	40	40	-	80
	Gestão de Marketing de Serviços	4	40	40	-	80
GPJ-002	Gestão de Projetos	4	40	40	-	80
	Gestão do Patrimônio Cultural	2	20	20	-	40
ING-007	Inglês I	2	40	-	-	40
ING-008	Inglês II	2	40	-	-	40
ING-009	Inglês III	2	40	-	-	40
ING-010	Inglês IV	2	40	-	-	40
ING-011	Inglês V	2	40	-	-	40
ING-012	Inglês VI	2	40	-	-	40
	Introdução a Eventos e Hospitalidade	4	40	40	-	80
COM-006	Leitura e Produção de Textos	4	40	40	-	80
MPC-001	Métodos para Produção do Conhecimento	2	20	20	-	40
	Planejamento de Atividades de Lazer	2	20	20	-	40
	Planejamento e Organização de Eventos	4	40	40	-	80
	Plano de Negócio	2	40	-	-	40
	Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade	2	20	20	-	40
	Projeto Integrador de Eventos I	4	-	40	40	80
	Projeto Integrador de Eventos II	4	-	40	40	80
	Projeto Integrador de Eventos III	4	-	40	40	80
	Projeto Integrador de Eventos IV	4	-	40	40	80
	Projeto Integrador de Eventos V	4	-	40	40	80
	Projeto Integrador de Eventos VI	4	-	40	40	80
	Relações do Espaço Geográfico	2	20	20	-	40
	Relações Internacionais – Geopolítica	2	30	10	-	40
	Relações Públicas	4	40	40	-	80
	Sociedade, Tecnologia e Inovação	2	40	-	-	40
	Tecnologia da Informação	4	20	60	-	80
	Estágio Curricular Supervisionado em Eventos					240h
	Trabalho de Graduação em Eventos					160h
	Escolhas das Unidades:					
ESP-005	Espanhol V (Barueri, Cruzeiro, Ipiranga, Itu, Presidente Prudente)	2	40	-	-	80
ESP-006	Espanhol VI (Barueri, Cruzeiro, Ipiranga, Itu, Presidente Prudente)	2	40	-	-	80
	Etiqueta Corporativa (Cruzeiro)	2	20	20	-	40
	Gestão de Eventos e Agenciamento de Viagens (Cruzeiro)	4	40	40	-	80
	Italiano I (Jundiaí)	2	40	-	-	40
	Italiano II (Jundiaí)	2	40	-	-	40
	Liderança e Empreendedorismo(Cruzeiro)	2	40	-	-	40
	Meios de Hospedagem(Itu)	4	40	40	-	80
	Produção Audiovisual(Barueri, Ipiranga, Jundiaí, Presidente Prudente)	4	40	40	-	80
	Técnicas de Oratória (Jundiaí)	4	40	4	-	80
	Teoria da Imagem(Barueri, Ipiranga, Presidente Prudente)	4	60	20	-	80
	Turismo Rural(Itu)	4	40	40	-	80

5. Ementas e Bibliografias

1º SEMESTRE

Per.	Disciplina	aulas/ sem	CH
1	Projeto Integrador de Eventos I	4	80
	Introdução a Eventos e Hospitalidade	4	80
	Relações do Espaço Geográfico	2	40
	Métodos para Produção do Conhecimento	2	40
	Tecnologia da Informação	4	80
	Leitura e Produção de Textos	4	80
	Espanhol I	2	40
	Inglês I	2	40

PROJETO INTEGRADOR DE EVENTOS I – 80 aulas

OBJETIVO: Articular e relacionar o conhecimento acadêmico e a prática de produção de eventos e aplicar como Gestor de Eventos.

EMENTA: Planejamento, desenvolvimento e implementação de projeto de um evento que seja capaz de integrar as disciplinas do semestre e seus conteúdos, conforme organização apontada por Recomendação ao final do projeto.

INTRODUÇÃO A EVENTOS E HOSPITALIDADE – 80 aulas

OBJETIVO: Compreender a cadeia de relações entre eventos e hospitalidade; adquirir uma base pragmática para diferenciar e classificar eventos; entender o potencial dos diversos tipos de eventos na região e em geral.

EMENTA:

Tipos e portes de eventos; princípios básicos, planejamento e produção de eventos; conceito e abrangência da hospitalidade; eventos, hotelaria, turismo e lazer; eventos de negócios – mercado atual e tendências; perfil do profissional de eventos.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

CESCA, C. **Organização de eventos:** manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus, 2008.

WALKER, J. **Introdução à hospitalidade.** Barueri: Manole, 2002.

COMPLEMENTAR:

BARROWS, C.; POWERS, T.; REYNOLDS, D. **Introduction to management in the hospitality industry.** 10th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, 2012.

GIACAGLIA, M. **Organização de eventos:** teoria e prática. São Paulo: Thompson Pioneira, 2003.

RELAÇÕES DO ESPAÇO GEOGRÁFICO – 40 aulas

OBJETIVO: Compreender a relação entre espaço e sociedade; contextualizar os eventos de acordo com as relações culturais, econômicas, tecnológicas e ambientais; analisar de modo pragmático a influência do contexto geográfico no evento.

EMENTA: O espaço geográfico como contexto macro da realização do evento. A geografia humana e a geografia econômica. As diferentes maneiras de domínio do ambiente natural e conversão em espaço social. Influência da cultura e recursos das sociedades na apropriação dos espaços. Contextos históricos de transformação dos espaços. Geografia e sustentabilidade.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

CASTRO, I. E. **Olhares geográficos:** modos de ver e viver o espaço. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

SANTOS, M. **Espaço e método.** São Paulo: Edusp, 2008.

SENE, E. **Globalização e espaço geográfico.** São Paulo: Contexto, 2003.

COMPLEMENTAR:

CRUZ, R. C. A. da. **Geografias do turismo:** de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.

SANTOS, M. **A Natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: EDUSP, 2008.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Edusp, 2012.

SERPA, A. **O espaço público na cidade contemporânea**. São Paulo: Contexto, 2007.

TEIXEIRA, W. et al. (Orgs). **Decifrando a Terra**. São Paulo: Oficina de Textos, 2003.

MÉTODOS PARA PRODUÇÃO DO CONHECIMENTO – 40 aulas

OBJETIVO: Identificar os elementos e etapas necessárias para o estudo produtivo; estabelecer um roteiro de estudo adequado às suas necessidades e objetivos; diferenciar os diversos tipos de leitura; elaborar diferentes análises; identificar as várias formas de conhecimento; reconhecer as características da ciência; desenvolver as diversas atividades acadêmicas; diferenciar os diversos tipos de pesquisa; compreender e aplicar o método científico; pensar e elaborar um projeto de pesquisa; estruturar metodologicamente uma monografia; utilizar as diversas técnicas de pesquisa; redigir textos de forma acadêmica.

EMENTA: O Papel da ciência e da tecnologia. Tipos de conhecimento. Método e técnica. O processo de leitura e de análise textual. Citações e bibliografias. Trabalhos acadêmicos: tipos, características e composição estrutural. O projeto de pesquisa experimental e não-experimental. Pesquisa qualitativa e quantitativa. Apresentação gráfica. Normas da ABNT.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

MATTAR, J. **Metodologia científica na era da informática**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

PRONCHIROLLI, O.; PONCHIROLLI, M. **Métodos para a produção do conhecimento**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

RITTO, A. C. A. **Metodologia para produção de conhecimento**: socialmente robusto. 1. ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.

COMPLEMENTAR:

ECO, U. **Como se faz uma tese**. São Paulo, Perspectiva, 2000.

GOMES, J. **Elaboração e análise de viabilidade econômica de projetos**. São Paulo: Atlas, 2013.

ISKANDAR, J. **Normas da ABNT**: comentadas para trabalhos científicos. Curitiba: Juruá, 2012.

KUSTER, E.; KUSTER, F. **Projetos empresariais**: elaboração e análise de viabilidade. Curitiba: Juruá, 2013.

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO – 80 aulas

OBJETIVO: Adquirir desembaraço no uso dos principais softwares e na operação rotineira de computadores, tablets e smartphones; capacitar para execução adequados principais softwares e aplicativos na resolução de problemas associados a eventos; conhecer produtos para desenvolvimento visual de um evento (painéis, led, interatividade, projeções panorâmicas)

EMENTA: Principais ferramentas de hardware e software indispensáveis no dia-a-dia do profissional de eventos. Softwares úteis: construção de websites, desenho e programação de planilhas. Principais ferramentas e aplicativos. Seleção de programas de aplicação a partir da avaliação das necessidades específicas

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

CAPRON, H.; RUSSEL, J. **Introdução à informática**. Rio de Janeiro: Prentice Hall Brasil, 2004

CURY, S. A. **Desenvolvendo blogs e sites com wordpress sem programação**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.

MARÇULA, M. **Informática**: conceitos e aplicações. São Paulo: Érica, 2010.

SILVA, F. C. da S. **Bancos de dados**. São Paulo: Edgar Blucher, 2005.

COMPLEMENTAR:

MANZANO, J. **Microsoft SQL server 2012 express**: guia prático e interativo. São Paulo: Érica, 2012.

TANNENBAUM, A. **Redes de computadores**. Rio de Janeiro: Prentice Hall Brasil, 2011

LEITURA E PRODUÇÃO DE TEXTOS – 80 aulas

OBJETIVOS: Dominar recursos de diversas linguagens e reconhecer diferentes contextos de uso da língua e diversos gêneros textuais. Ler proficientemente e elaborar textos escritos com domínio dos recursos textuais e discursivos. Identificar diversas formações discursivas e ideológicas nas diferentes modalidades textuais, distinguindo e adequando o uso da língua

com coesão e coerência.

EMENTA: Noções de linguagem e de língua. Distinção entre língua falada e língua escrita. A variante coloquial. A variante culta. Texto: considerações gerais. Leitura e produção de gêneros textuais. Mecanismos de textualidade: coesão e coerência textuais. Discurso e ideologia. Polifonia textual. Comunicação e novas tecnologias.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

KOCH, I. G. V. **O texto e a construção dos sentidos**. São Paulo: Contexto, 2007.

KÖCHE, V. S.; BOFF, O. M. B.; MARINELLO, A. F. **Leitura e produção textual: gêneros textuais do argumentar e expor**. Petrópolis: Vozes, 2010.

LOUZADA, M. S.; GOLDSTEIN, N. S.; IVAMOTO, R. **O texto sem mistério: leitura e escrita na universidade**. São Paulo: Ática, 2009.

COMPLEMENTAR:

ANDRADE, M. M. de; HENRIQUES, A. **Língua portuguesa: noções básicas para cursos superiores**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DINTEL, F. **Como escrever textos técnicos e profissionais**. São Paulo: Gutenberg, 2011.

FARACO, C. A.; TEZZA, C. **Prática de texto: para estudantes universitários**. 17. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.

MARCUSCHI, L. A. **Produção textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

DE REFERÊNCIA

BECHARA, E. **Moderna gramática portuguesa: atualizada pelo novo acordo ortográfico**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2009.

CASTILHO, A. T. de. **Nova gramática do português brasileiro**. São Paulo: Contexto, 2010.

NEVES, M. H. de M. **Gramática de usos do português**. 2. ed. São Paulo: UNESP, 2011.

ESPAÑHOL I – 40 Aulas

OBJETIVOS: Interagir – utilizando estruturas básicas da língua-meta – em espaços profissionais e pessoais; perguntar e responder sobre si mesmo e sobre a vida cotidiana; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas, bem como aproximá-lo de várias culturas; utilizar a língua estrangeira em situações básicas de comunicação.

EMENTA: Introdução ao processo de ensino-aprendizagem da língua espanhola sendo contempladas as habilidades de produção e compreensão oral e escrita. Abordagem de situações profissionais específicas, ademais dos aspectos socioculturais e variedades da Língua Espanhola.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

AGUIRRE, B. **El español por profesiones 1: la empresa**. Madrid: SGEL, 1998.

GONZÁLEZ, M. **Socios 1: curso de español orientado al mundo del trabajo**. Libro del alumno (con CD-AUDIO). Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2007.

MORENO, C.; FERNÁNDEZ, G. E. **Gramática contrastiva del español para brasileños**. Madrid: SGEL, 2007.

COMPLEMENTAR

GARCÍA, A. M. B.; LAUTERBOM, W. **La comunicación informal en los negocios**. España: Arco Libros, 2002.

JUAN, O. **En Equipo.es 1: curso de español de los negocios**. Madrid: Edinumen, 2002.

DE REFERÊNCIA

FLAVIÁN, E.; FERNÁNDEZ, I. G. E. **Minidicionário Espanhol-Português/ Português-Espanhol**. São Paulo: Ática, 2005.

HERMOSO, A. G. **Conjugar verbos de España y de América**. Madrid: Edelsa, 2011.

INGLÊS I – 40 aulas

OBJETIVOS: compreender e produzir textos simples orais e escritos; apresentar-se e fornecer informações pessoais e corporativas, descrever áreas de atuação de empresas; anotar horários, datas e locais; reconhecer a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua; fazer uso de estratégias de leitura e de compreensão oral para entender o assunto tratado em textos orais e escritos da sua área de atuação.

EMENTA: Introdução às habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio de funções comunicativas e estruturas simples da língua. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos sócio-culturais.

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA

HUGES, J. et al. **Business result: elementary.** Student's book pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2009.

IBBOTSON, M.; STEPHENS, B. **Business start-up.** Student's book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American English file.** Student book 1. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

COMPLEMENTAR

BARNARD, R., CADY, J., DUCKWORTH, M., TREW, G. **Business venture.** Student's book 1 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching English to speakers of other languages.** Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, D. et al. **Market leader: Elementary.** Student's book with multi-rom. 3rd Edition. São Paulo: Pearson Education, Longman, 2013.

LONGMAN. **Dicionário Longman escolar para estudantes brasileiros.** Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2. ed. Atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

MURPHY, R. **Essential grammar in use CD-Rom with answers.** 3ird. ed. Cambridge: Cambridge, 2007.

RICHARDS, J. C et al. **New Interchange.** Student book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

RECOMENDAÇÕES: 1. O aluno ingressante deverá ser submetido ao exame de proficiência de Língua Inglesa do CEETEPS. 2. Utilizar o laboratório de informática para execução de atividades extras.

2º SEMESTRE

Per.	Disciplina	aulas/sem	CH
2	Projeto Integrador de Eventos II	4	80
	Gestão do Patrimônio Cultural	2	40
	Planejamento e Organização de Eventos	4	80
	Cerimonial	4	80
	Sociedade, Tecnologia e Inovação	2	40
	Fundamentos de Administração geral	2	40
	Fundamentos de Matemática Financeira	2	40
	Espanhol II	2	40
Inglês II	2	40	

PROJETO INTEGRADOR DE EVENTOS II – 80 aulas

OBJETIVO: Articular e relacionar o conhecimento acadêmico e a prática de produção de eventos e aplicar como Gestor de Eventos.

EMENTA: Planejamento, desenvolvimento e implementação de projeto de um evento que seja capaz de integrar as disciplinas do semestre e seus conteúdos, conforme organização apontada por Recomendação ao final do projeto.

GESTÃO DO PATRIMÔNIO CULTURAL – 40 aulas

OBJETIVO: Compreender a relevância do acervo patrimonial brasileiro na valorização da história, da cultura e da identidade nacional. Compreender a relação entre turismo, eventos e patrimônio nas formas de uso e valorização contemporânea dos territórios patrimonializados. Compreender as finalidades da gestão patrimonial e o papel do gestor na organização de eventos em áreas patrimonializadas.

EMENTA: O papel da cultura material e imaterial na preservação da memória, da história e da identidade nacional. O processo de patrimonialização das referências materiais e imateriais da cultura e a sua dinâmica de uso e valorização contemporânea. A mercantilização da cultura e o

uso turístico do patrimônio. Gestão patrimonial, turismo e eventos em espaços patrimonializados.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

COSTA, F. R. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Senac, 2009.

FUNARI, A.; PINSKY, J. (Org.) **Turismo e patrimônio cultural**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

PAES, M. T. D.; OLIVEIRA, M. R. da S. (Org.). **Geografia, turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Annablume, 2010.

COMPLEMENTAR:

CAMARGO, H. L. **Patrimônio histórico e cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.

DIAS, R. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Saraiva, 2006.

FUNARI, P. P. A.; PELEGRINI, S. C. A.; RAMBELLI, G. (Org.). **Patrimônio Cultural e ambiental: questões legais**. São Paulo: Annablume, 2010.

NOGUEIRA, A. G. R.; CHUVA, M. R. R. **Patrimônio cultural, políticas e perspectivas de preservação no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 2012.

PAES, M. T. D.; OLIVEIRA, M. R. da S. (Org.). **Geografia, turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Annablume, 2010.

DE REFERÊNCIA:

ASSOCIAÇÃO DAS CIDADES HISTÓRICAS DE MINAS (ACHM). Disponível em:

<<http://www.cidadeshistoricasdeminas.com.br/associacao/>>

CANCLINI, N. G. O patrimônio cultural e a construção imaginária do nacional. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional** – IPHAN, Brasília, n. 23, 1994.

INSTITUTO DEL PATRIMÓNIO TURÍSTICO. Disponível em:

<<http://www.patrimonioturistico.cl/site/>>

GONÇALVES, J. R. **S.A retórica da perda: os discursos do patrimônio cultural no Brasil**. Rio de Janeiro: EDUFRJ/IPHAN, 2002.

JEUDY, Henri-Pierre. **Espelho das cidades**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2005.

MOTTA, Lia. A apropriação do patrimônio urbano - do estético-estilístico ao consumo visual global. In: ARANTES, Antonio Augusto. (Org.). **Espaço da diferença**. Campinas: Papyrus, 2000, UNESCO. Disponível em:<<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/culture/world-heritage/>>

PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS – 80 aulas

OBJETIVO: Apresentar ao aluno a importância do planejamento e organização de eventos, posicionando-o no contexto operacional do dia a dia de quem trabalha com eventos (de qualquer segmento econômico) de pequeno, médio e grande porte.

EMENTA: Conceitos de planejamento. Briefing em evento. Layout de eventos. Etapas de um evento. Atividades das fases de concepção, pré-evento, trans-evento e pós-evento. Equipes de trabalho e atribuições. Elaboração de um projeto de evento. Montagem da proposta real de um evento. Execução prática de um evento. Planejamento e organização de eventos.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

ALLEN, J. et al. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Campus, 2007

MARTIN, V.; ROGERS, T. **Eventos: planejamento, organizações e mercados**. 1 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

PAIVA, H. A. B. de; NEVES, M. F. **Planejamento estratégico de eventos**. São Paulo: Atlas, 2008.

COMPLEMENTAR:

GIACAGLIA, M. C. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 4. ed. Barueri: Manole, 2007.

ZITTA, C. **Organização de Eventos: da ideia à realidade**. São Paulo: SENAC, 2007.

POIT, D. R. **Organização de eventos esportivos**. 5. ed. São Paulo: Phorte, 2013.

CERIMONIAL – 80 aulas

OBJETIVO: Estimular e propor o uso adequado de protocolos em cerimônias de caráter institucional, acadêmico e empresarial.

EMENTA: Conceitos de cerimonial, de etiqueta e de protocolo. Ética. Funções do cerimonial. Visão histórica do cerimonial, Ordem de precedência. Execução e avaliação do cerimonial. O tratamento, trajes, símbolos. Diversas solenidades e suas especificidades.

BIBLIOGRAFIAS

BÁSICA

EGGER-MOELLWALD, L.; EGGER-MOELLWALD, D. **Etiqueta, cerimonial e protocolo**: como receber estrangeiros e organizar um evento de sucesso. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

MATIAS, M. **A arte de receber em eventos**. Barueri: Manole, 2014

PINHEIRO, M. **Protocolo para autoridades e personalidades**. 1. ed. São Paulo: LivroPronto, 2012.

COMPLEMENTAR

BETTEGA, M. L. **Eventos e cerimonial simplificando ações**. 3. ed. Caxias do Sul: Educus, 2005.

CESCA, C. G. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. 11. ed. rev. atual. São Paulo: Summus Editorial, 2008.

OLIVEIRA, J. B. **Como Promover Eventos**: cerimonial e protocolo na prática. 2. ed. Madras Business, 2005.

POIT, D. R. **Cerimonial e protocolo esportivo**. São Paulo: Phorte, 2010.

SALGADO, P. R. **Protocolo cerimonial e etiqueta em eventos**. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2010.

DE REFERÊNCIA

BRASIL. Senado Federal. Secretaria de Comunicação Social. Coordenação de Relações Públicas. **Manual de organização de eventos do Senado Federal**. Disponível em: <<http://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/manual-de-eventos>>.

LUKOWER, A. **Cerimonial e protocolo**. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SOCIEDADE, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO – 40 aulas

OBJETIVO: Refletir sobre os impactos da Tecnologia na Sociedade Contemporânea. Apresentar os fundamentos de cultura e identidade cultural. Apresentar os conceitos de ética e moral na sociedade contemporânea. Mostrar os aspectos da evolução tecnológica sobre a sociedade e a influência da sociedade sobre a evolução tecnológica. Discutir a influência das tecnologias e das inovações tecnológicas sobre o trabalho e a empregabilidade do trabalhador. Compreender o impacto das tecnologias e das inovações tecnológicas para com o meio ambiente. Identificar os impactos das tecnologias e das inovações tecnológicas sobre as empresas e suas formas de produção. Identificar os impactos da sociedade, fortemente apoiada pelas novas tecnologias e pelas inovações tecnológicas, sobre a população negra, as mulheres e as minorias sociais.

EMENTA: O saber e o conhecimento humano. Surgimento e estruturação da ciência. A moral e a ética. O desafio da liberdade. Ideologia. Cidadania e política. A civilização tecnológica. Desafios Contemporâneos. A ciência e a tecnologia como fonte de inovação.

BIBLIOGRAFIAS

BÁSICA:

CORTELA, M. S. **Não nascemos prontos! Provocações filosóficas**. São Paulo: Vozes, 2008.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

TRIGUEIRO, M. G. S. **Ciência, Verdade e Sociedade**: contribuição para um diálogo entre sociedade e a filosofia da ciência. Belo Horizonte: Fabrefactum, 2012.

COMPLEMENTAR:

ARANHA, M. L. A.; MARTINS, M. H. P. **Temas de filosofia**. 3. ed. São Paulo: Moderna, 2005.

CASTELLS, M. **Sociedade em Rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2007.

COTRIM, G. **Fundamentos da filosofia**. São Paulo: Saraiva, 2006.

RIFKIN, J. **A era do acesso**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2005.

SANTOS, L. G. **Politizar as novas tecnologias**. São Paulo: Editora 34, 2003.

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO GERAL – 40 aulas

OBJETIVO: Entender as diferentes estruturas organizacionais, considerando sua área de formação; analisar os processos organizacionais e propor soluções.

EMENTA: As Organizações e suas Estruturas: conceito de organização, estruturas organizacionais tradicionais e inovativas com organogramas. Funções do administrador. Processos principais e de apoio, fluxograma, ferramentas e indicadores de desempenho.

Estudo de Caso

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

ARAUJO, L. C. G. de. **Organização, sistemas e métodos e as tecnologias de gestão organizacional:** arquitetura organizacional, *benchmarking*, *empowerment*, gestão pela qualidade total, reengenharia. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2011. v. 1 e 2

BATEMAN, T.A.; SNELL, S. A. **Administração:** novo cenário competitivo. 2ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CHIAVENATTO, I. **Introdução à teoria geral da administração:** uma visão abrangente da moderna administração das organizações. 7.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

COMPLEMENTAR:

CARAVANTES, G. R. **Administração:** teorias e processos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DAFT, R. L. **Organizações:** teorias e projetos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

GARETH, M. **Imagens de organização.** Edição Executiva. 2ed. São Paulo: Atlas 2002.

MAXIMIANO, A. C. A. **Fundamentos de administração:** manual compacto para as disciplinas TGA e introdução à administração. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à administração.** 6. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2004.

DE REFERÊNCIA:

SILVA, R. O. de. **Teorias da administração.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

www.administradores.com.br;

www.fnq.org.br;

www.chiavenato.com

FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICA FINANCEIRA – 40 aulas

OBJETIVOS: Entender e aplicar as ferramentas de matemáticas envolvidas no mercado financeiro de capitais além de compreender o processo de amortização de dívidas pelas principais modalidades existentes de financiamentos através do uso de planilhas de cálculo e calculadoras financeiras.

EMENTA: Porcentagens. Fluxo de Caixa. Juros Simples. Juros Compostos. Desconto racional (“por dentro”) e Comercial (“por fora”). Taxas de Juros. Inflação e Correção Cambial. Sistemas de Amortização de Capital: Sistema PRICE e Sistema SAC. Uso de planilhas eletrônicas e de calculadoras financeiras.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

ASSAF NETO, A. **Matemática financeira e suas aplicações.** 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PUCCINI, A. L. **Matemática financeira:** objetiva e aplicada. 9. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

VERAS, L. L. **Matemática financeira,** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

COMPLEMENTAR:

HAZZAN, S.; POMPEU, J. N. **Matemática financeira.** 6. ed. atual, 2006.

LAPPONI, J. C. **Matemática financeira usando Excel.** 1. ed. São Paulo: Lapponi Treinamento e Editora, 2002.

SAMANEZ, C. P., **Matemática financeira:** aplicações à análise de investimentos. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2001.

ESPAÑHOL II – 40 Aulas

OBJETIVOS: Interagir - de forma simples e breve - com as pessoas em situações cotidianas do ambiente de trabalho; produzir frases utilizadas em situações concretas e previstas. Comentar sobre temas dos âmbitos profissional e pessoal.

EMENTA: Aprimoramento do estudo das estruturas linguísticas por meio das habilidades léxicas, fonológicas e sintáticas. Continuidade do processo de aprendizagem da língua-espanhola e abordagem de recursos linguístico-comunicativos e dos gêneros discursivos que contemplem as esferas de atuação profissional.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

BONELL, P. (Org.). **Negocio a la vista.** Nivel A2 (Libro +DVD). Madrid: Edinumen, 2004.

GARCÍA, A. M. B.; LAUTERBOM, W. **La comunicación informal en los negocios. España: Arco Libros, 2002.**

GONZÁLEZ, M. **Socios 1**: curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (con CD-AUDIO). Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2007.

COMPLEMENTAR

AGUIRRE, B. **El español por profesiones 1: la empresa**. Madrid: SGEL, 1998.

JUAN, O. **En Equipo.es 1**: curso de español de los negocios. Madrid: Edinumen, 2002.

MORENO, C.; FERNÁNDEZ, G. E. **Gramática contrastiva del español para brasileños**. Madrid: SGEL, 2007.

DE REFERÊNCIA

HERMOSO, A. G. **Conjugar verbos de España y de America**. Madrid: Edelsa, 2011.

SANTILLANA. **Dicionário para estudantes**: espanhol-português/ português-espanhol (con CD-ROM). 3. ed. São Paulo: Moderna/ Santillana, 2011.

INGLÊS II – 40 aulas

OBJETIVOS: compreender e produzir textos orais e escritos; fazer pedidos (pessoais ou profissionais), descrever rotina de trabalho, atender telefonemas, dar e anotar recados simples ao telefone, redigir notas e mensagens simples; reconhecer a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua, fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para entender pontos principais de textos orais e escritos da sua área de atuação.

EMENTA: Apropriação de estratégias de aprendizagem (estratégias de leitura, de compreensão e de produção oral e escrita) e repertório relativo a funções comunicativas e estruturas linguísticas apresentadas na disciplina anterior com o intuito de utilizar essas habilidades nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos sócio-culturais.

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA

HUGES, J. et al. **Business result**: elementary. Student book pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2009.

IBBOTSON, M.; STEPHENS, B. **Business start-up**: student's book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

OXENDEN, C.; LATHAM-KOENIG, C. **American English file**: Student book 1. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

COMPLEMENTAR

BARNARD, R. et al. **Business venture**: student's book 1 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching English to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, D. et al. **Market leader**: elementary. Student's book with multi-Rom. 3rd. Ed. São Paulo: Pearson Education, Longman, 2013.

LONGMAN. **Dicionário Longman escolar para estudantes brasileiros**. Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2. ed. atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

MURPHY, R. **Essential grammar in use CD-Rom with answers**. 3rd. ed. Cambridge: Cambridge, 2007.

RICHARDS, J. C. **New Interchange**: student book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

RECOMENDAÇÕES: Utilizar o laboratório de informática para execução de atividades extras.

3º SEMESTRE

Per.	Disciplina	aulas/ sem	CH
3	Projeto Integrador de Eventos III	4	80
	Alimentos e Bebidas	4	80
	Fundamentos de Gestão de Pessoas	2	40
	Gestão de Marketing de Serviços	4	80
	Relações Internacionais – Geopolítica	2	40
	Fundamentos de Economia	2	40
	Estatística Descritiva	2	40
	Espanhol III	2	40
Inglês III	2	40	

PROJETO INTEGRADOR DE EVENTOS III – 80 aulas

OBJETIVO: Articular e relacionar o conhecimento acadêmico e a prática de produção de eventos e aplicar como Gestor de Eventos.

EMENTA: Planejamento, desenvolvimento e implementação de projeto de um evento que seja capaz de integrar as disciplinas do semestre e seus conteúdos, conforme organização apontada por Recomendação ao final do projeto.

ALIMENTOS E BEBIDAS – 80 aulas

OBJETIVO: Elaborar proposta do setor de alimentação para atender diversos tipos de eventos e perfis de clientes.

EMENTA: Estrutura do setor de alimentos&bebidas;Noções de higiene dos alimentos; Engenharia de cardápio; Custos; Estoque; Serviço de bar; Tipologia de restaurantes;Brigada de A&B.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

BORSOI, M.A. **Nutrição e dietética, noções básicas.** São Paulo: SENAC, 2000.

DAVIES, C. A. **Alimentos e bebidas.** 2. ed. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2001.

BARRETO, R. L. P. **Passaporte para o sabor: tecnologias para a elaboração de cardápios.** 5a. ed. São Paulo: SENAC, 2004.

COMPLEMENTAR:

VASCONCELLOS, F. et. al. **Menu: como montar um cardápio eficiente.** São Paulo: Roca, 2002.

SILVA, S. M. C. S. da; BERNARDES, S. M. **Cardápio: guia prático para a elaboração.** São Paulo: Atheneu, 2001.

TEICHMANN, I. M. **Cardápios: técnicas e criatividade.** 7. ed. rev. ampl. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2009.

FUNDAMENTOS DE GESTÃO DE PESSOAS – 40 aulas

OBJETIVO: Entender a área de desenvolvimento humano e identificar seus subsistemas, com base na melhor adequação de produção e desempenho de pessoas.

EMENTA:Clima e cultura organizacional; Integração indivíduo-empresa; Política, objetivos e visão sistêmica da administração de pessoas;Gestão de pessoas em eventos; Gestão de equipes; Conflitos interpessoais; Tipos de liderança.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

ERVILHA, A. J. **Limão: liderando equipes para otimizar resultados.** 8. ed. São Paulo: Nobel, 2012.

HANASHIRO, D.M et al. **Gestor do fator humano: uma visão baseada em stakeholders.** São Paulo: Saraiva, 2008.

MASCARENHAS, A. **Gestão estratégica de pessoas.** São Paulo: Cengage,2008.

COMPLEMENTAR:

IORELLI, J. O. **Psicologia para administradores.** São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, A. C. B.; ARRUDA, A. **Gestão inovadora de equipes e pessoas.** Rio de Janeiro: Editora Alternativa, 2007.

ROCHA-PINTO, S. R. da et.al. **Dimensões funcionais da gestão de pessoas.** Rio de Janeiro: FGV, 2007.

GESTÃO DE MARKETING DE SERVIÇOS – 80 aulas

OBJETIVO: Conhecer os principais conceitos de marketing eCompreender o marketing como elemento estratégico e integrado em eventos.

EMENTA: Conceitos e estratégias de marketing; Abordagens clássicas e contemporâneas; Pesquisa mercadológica; Análise de ambiente e de mercado; Sistema de Informação de Marketing (SIM); Comunicação Integrada de Marketing; Características e tendências do setor de serviços e suas implicações mercadológicas. Elaboração do plano de marketing.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, A. L. **Marketing de serviços.** São Paulo: Atlas, 2007.

MALHOTRA, N. et al. **Introdução à pesquisa de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

COMPLEMENTAR

HOYLE JUNIOR, L. H. **Marketing de eventos**. São Paulo: Atlas, 2007.

KOTLER, Philip et al. **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Campus, 2010

OGDEN, J.; CRESCITELLI, E. **Comunicação integrada de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

YANAZE, M. H. **Gestão de marketing e comunicação**. São Paulo: Saraiva, 2007.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços**: a empresa com foco no cliente. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

RELAÇÕES INTERNACIONAIS – GEOPOLÍTICA – 40 aulas

OBJETIVO: Compreender aspectos do mundo contemporâneo para o entendimento e a discussão das relações internacionais atuais, sobretudo em seus impactos na demanda e organização de Eventos.

EMENTA: As Relações Internacionais e as novas características do mundo contemporâneo: relação local-global, reestruturação do Estado nação, identidades coletivas, questão ambiental, grandes corporações. O mundo globalizado e as demandas e desafios para a área de Eventos. Os Eventos internacionais como vetores das relações globais. A Paradiplomacia e a organização de Eventos Internacionais por agentes subnacionais.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

FONT, J. N., RUFÍ, J. V. **Geopolítica, identidade e globalização**. 1. ed. São Paulo: AnnaBlume, 2006.

MINGST, K. **Princípios de relações internacionais**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

VIGEVANI, T. et al. (Org.). **A dimensão subnacional e as relações internacionais**. São Paulo: UNESP/EDUC; 2004.

COMPLEMENTAR:

ARRAES, V.; GEHRE, T. **Introdução ao Estudo Das Relações Internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2013. Coleção Temas Essenciais em R.I.v. 1.

DIAS, R. **Relações Internacionais**: introdução ao estudo da Sociedade Internacional Global. São Paulo: Atlas, 2010.

JACKSON, R.; SORENSEN, G. **Introdução às Relações Internacionais**. 1. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

MAGNOLI, D. **Relações internacionais**: teoria e história. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

OLIVEIRA, H. A.; LESSA, A. C. **Relações internacionais do Brasil**. 1. ed.. São Paulo: Saraiva, 2006. v.1 e 2.

FUNDAMENTOS DA ECONOMIA – 40 aulas

OBJETIVO: Identificar os fundamentos básicos da ciência econômica e suas aplicações.

EMENTA: Introdução à economia. Produção e Custos. Teoria microeconômica. Estruturas de mercado. Teoria macroeconômica. Inflação. Setor externo. Crescimento e desenvolvimento econômico.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

PARKIN, M. **Economia**. 8 ed. São Paulo: Pearson Brasil, 2009.

PINHO, D. B.; VASCONCELOS, M. A. **Manual de economia**. 6.ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. **Fundamentos de economia**. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

COMPLEMENTAR:

JORGE, F. T.; MOREIRA, J. O. C. **Economia**: notas introdutórias. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009

MANKIW, N. G. **Introdução a economia**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.

MOCHÓN, F. **Economia**: teoria e política. 5.ed. McGrawHill Bookman, 2006.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à economia**. São Paulo: Atlas, 2003.

SAMUELSON, P. A.; NORDHAUS, W. D. **Economia**. 19.ed. São Paulo: McGrawHill Bookman, 2012.

DE REFERÊNCIA:

VICECONTI, P. E. V.; NEVES, S. da F. **Introdução à economia**. São Paulo: Saraiva, 2009.

www.bcb.gov.br

www.economia.uol.com.br/

www.portaleconomia.com.br/

www.bndes.gov.br

ESTATÍSTICA DESCRITIVA – 40 aulas

OBJETIVO: Compreender e aplicar os conceitos de Estatística Descritiva necessários para a descrição, organização e análise de dados, para o apoio à tomada de decisão na área de estudo.

EMENTA: Conceitos estatísticos. Gráficos e tabelas. Distribuição de frequência. Medidas de posição. Medidas de dispersão. Probabilidade.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICAS

LEVINE, D. M. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

MARTINS, G. A. **Estatística geral e aplicada**. São Paulo: Atlas, 2010.

TRIOLA, M. F. **Introdução à estatística**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

COMPLEMENTARES

BRUNI, A. L. **Estatística aplicada à gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 2008.

BUSSAB, W. O.; MORETTIN, P. A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2007.

GRIFFITHS, D. **Use a cabeça! Estatística**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

LARSON, R.; FARBER, B. **Estatística aplicada**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MARTINS, G. A. **Estatística geral e aplicada**. São Paulo: Atlas, 2010.

SPIEGEL, M. R.; STEPHENS, L. J. **Estatística**. São Paulo: Bookman, 2009.

VIERA, S. **Elementos de estatística**. São Paulo: Atlas, 2006.

REFERÊNCIAS:

MOORE, D. S. A. **Estatística básica e sua prática**. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

RECOMENDAÇÕES:

- Recomendamos no mínimo 10 horas práticas para a aplicação de uma pesquisa (atividade prática), envolvendo conceitos da Estatística Descritiva e a utilização do aplicativo Excel ou softwares voltados à área do curso;
- Essa disciplina não contempla os conteúdos avançados de probabilidade e inferência estatística; é recomendada para os cursos que apenas necessitem da descrição de dados.

ESPAÑHOL III – 40 aulas

OBJETIVOS: Realizar tramitações simples em estabelecimentos comerciais; transmitir informações básicas sobre ações cotidianas; descrever – de forma breve – aspectos habituais do ambiente de trabalho; descrever situações passadas.

EMENTA: Desenvolvimento das habilidades de compreensão e produção oral e escrita contemplando as especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Capacidade de expressão e compreensão, de forma simples, no ambiente profissional. Produção de textos simples e breves da área de atuação do profissional.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

BONELL, P. (Org.). **Negocio a la vista: nivel B1 (Libro + DVD)**. Madrid: Edinumen, 2004.

GONZÁLEZ, M. **Socios 1: curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (con CD-AUDIO)**. Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2007.

PRADA, M.; MARCÉ, P. **Comunicación eficaz para los negocios. Nivel B**. Madrid: Edelsa, 2010.

COMPLEMENTAR

ABEGG, B.; MORENO, J. E. **Cartas comerciais em espanhol. São Paulo, 1999**.

HERMOSO, A. G. **Conjugar verbos de España y de América**. Madrid: Edelsa, 2011.

JUAN, O. **En Equipo.es 1: curso de español de los negocios**. Madrid, Edinumen, 2002.

MORENO, C.; FERNÁNDEZ, G. E. **Gramática contrastiva del español para brasileños**. Madrid: SGEL, 2007.

DE REFERÊNCIA

SEÑAS. **Diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños**. São Paulo: Ática, 2001.

JUAN, Olga. En Equipo.es 1: curso de español de los negocios. Madrid, Edinumen, 2002.

MORENO, Concha, FERNÁNDEZ, Gretel Eres. Gramática contrastiva del español para brasileños. Madrid: SGEL, 2007.

DE REFERÊNCIA

SEÑAS. **Diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños**. São Paulo: Ática, 2001.

INGLÊS III – 40 aulas

OBJETIVOS: fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para identificar os pontos principais de textos orais e escritos da sua área de atuação; comunicar-se em situações do cotidiano, descrever habilidades, responsabilidades e experiências profissionais; descrever eventos passados; compreender dados numéricos em gráficos e tabelas; redigir cartas e e-mails comerciais simples; desenvolver a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

EMENTA: Expansão das habilidades de compreensão e produção oral e escrita por meio do uso de estratégias de leitura e de compreensão oral, de estratégias de produção oral e escrita, de funções comunicativas e estruturas linguísticas apropriadas para atuar nos contextos pessoal, acadêmico e profissional, apresentadas nas disciplinas anteriores. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos sócio-culturais.

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA

HUGES, J. et al. **Business result: elementary**. Student's Book Pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2009.

IBBOTSON, M.; STEPHENS, B. **Business start-up: student's book 1**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

OXENDEN, C. et al. **American English file: student Book 1**. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

COMPLEMENTAR

BARNARD, R. et al. **Business Venture: Student book 1 with practice for the TOEIC test**. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching English to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, David et al. **Market leader: Elementary**. Student's Book with Multi-Rom. 3rd Edition. Pearson Education, Longman, 2013.

LONGMAN. **Dicionário Longman escolar para estudantes brasileiros**. Português-Inglês/Inglês-Português com CD-Rom. 2. ed. Atualizado com as novas regras de Ortografia. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008.

MURPHY, R. **Essential grammar in use CD-Rom with answers**. 3rd. ed. Cambridge: Cambridge, 2007.

RICHARDS, J. C. **New interchange: student book 1**. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

RECOMENDAÇÕES: Utilizar o laboratório de informática para execução de atividades extras.

4º SEMESTRE

Per.	Disciplina	aulas/ sem	CH
4	Projeto Integrador de Eventos IV	4	80
	Ambientação de Espaços Físicos	4	80
	Contabilidade Gerencial	4	80
	Gestão de Projetos	4	80
	Design Gráfico	4	80
	Espanhol IV	2	40
	Inglês IV	2	40

PROJETO INTEGRADOR DE EVENTOS IV – 80 aulas

OBJETIVO: Articular e relacionar o conhecimento acadêmico e a prática de produção de eventos e aplicar como Gestor de Eventos.

EMENTA: Planejamento, desenvolvimento e implementação de projeto de um evento que seja capaz de integrar as disciplinas do semestre e seus conteúdos, conforme organização apontada por Recomendação ao final do projeto.

AMBIENTAÇÃO DE ESPAÇOS FÍSICOS – 80 aulas

OBJETIVO: Conhecer e aplicar, de forma criativa, diferentes tendências de design, cor e tecnologia em espaços físicos no segmento de eventos.

EMENTA: Definição de Espaços e suas utilizações; Aspectos legais do uso dos edifícios e dos espaços físicos; Conceituação de Design; Design de espaços físicos e suas tendências; Layout e distribuição do espaço; Uso adequado das cores e iluminação; Prática de decoração de espaços físicos; Estruturas fixas e móveis; Tecnologia e equipamentos; Serviços terceirizados; Acessibilidade, segurança e sustentabilidade; Contratos de locações.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

EDWARDS, B. **O Guia básico para a sustentabilidade.** São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2013.

GIBBS, J. **Design de Interiores:** guia útil para estudantes e profissionais. São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2013.

ZELNIK, M.; PANERO, J. **Dimensionamento humano para espaços interiores.** São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2013.

COMPLEMENTAR:

HELLER, Eva. **A psicologia das cores:** como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2013.

MORGAN, T. **Visual merchandising:** vitrines e interiores comerciais. São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2011.

MOXON, S. **Sustentabilidade no design de interiores.** São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2012.

NEUFERT, E. **A arte de projetar em arquitetura.** São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2013.

CONTABILIDADE GERENCIAL – 80 aulas

OBJETIVOS: Entender conceitos básicos do processo contábil e sua perspectiva gerencial envolvendo custos e orçamentos. Compreender a composição do custo do produto e de seu impacto na formação do preço e do lucro.

EMENTA: Conceituação de contabilidade (contas, métodos, atos, fatos e demonstrativos contábeis) e de contabilidade gerencial. Terminologia e definições da área: despesas e custos. Custos diretos e indiretos. Custos fixos e variáveis. Classificação dos custos / despesas: em função do produto e do volume. Sistema de Custeio: absorção e variável. Custos para decisão: Relação Custo x Volume x Lucro. Margem de contribuição. Ponto de equilíbrio. Análise do custo, volume e lucro. Considerações adicionais sobre Custo X Volume X Lucro. Conceitos básicos de orçamento. Tipos de orçamento. O processo orçamentário completo e seu acompanhamento.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

FREZATTI, F. **Orçamento empresarial, planejamento e controle gerencial.** 2. ed. São Paulo: Atlas. 2000.

IUDICIBUS, S. de; MARION, J. C. **Curso de contabilidade para não contadores:** para as áreas de administração, economia, direito e engenharia. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

COMPLEMENTAR

CREPALDI, S. A. **Curso básico de contabilidade de custos.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DUTRA, R. G. **Custos uma abordagem prática.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP (Cols.). **Contabilidade Introdutória.** Livro texto, 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

EQUIPE DE PROFESSORES DA FEA/USP. (Cols.). **Contabilidade introdutória.** Livro de exercícios, 11. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARION, J. C. **Contabilidade Básica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

REFERÊNCIAS:

MARTINS, E.; ROCHA, W. **Contabilidade de custos.** Livro de Exercícios. 10. ed. São Paulo:

Atlas, 2010

NEVES, S. das; VICECONTI, P. **Contabilidade básica**. 15. ed. São Paulo: Saraiva. 2012

GESTÃO DE PROJETOS – 80 aulas

OBJETIVO: Entender e aplicar o planejamento e a gestão de projetos e avaliar seus resultados.

EMENTA: Visão integrada da gestão de projetos; Métodos e técnicas de gestão de projetos; Indicadores de desempenho; Metodologias e Ferramentas de gerenciamento de projetos. Elaboração de um projeto na área do curso

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **PMBOK**: guia do conjunto de conhecimentos em gerenciamento de projetos. São Paulo: Saraiva, 2009.

TORRES, C.; LELIS, J. C. **Garantia de sucesso em gestão de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.

COMPLEMENTAR:

BRITO, P. **Análise e viabilidade de projetos de investimentos**. São Paulo: Atlas, 2007.

CAVALIERI, A. et al. **AMA**: manual de Gerenciamento de projetos. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.

GIDO, J.; CLEMENTS, J. P. **Gestão de projetos**. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

MUTO, C. A.; PEREIRA, B. T. **Exame PMP**: a Bíblia. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

DESIGN GRÁFICO – 80 aulas

OBJETIVO: Fornecer conceitos e técnicas básicas para capacitar o entendimento dos processos gráficos que ocorrem na produção de folders, cartazes, banners, apresentações. Criar websites. Simular projetos de eventos em ambientes virtuais.

EMENTA: Princípios básicos de design gráfico (teoria semiótica, teoria da cor, tipografia). Edição e tratamento de imagens. Ilustração vetorial. Design de Identidade Visual. Layout Gráfico. Editoração eletrônica. Computação gráfica aplicada ao desenho tridimensional. Multimídia e Hipermídia.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BERTOMEU, J. V. C. (Org.). **Criação visual e multimídia**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

LABUDOVIC, A.; LABUDOVIC, A.; VUKUSIC, N. **Curso prático**: designer gráfico. São Paulo: Escala, 2012.

MILLMAN, D. **Fundamentos essenciais do design gráfico**. São Paulo: Rosari, 2012.

COMPLEMENTAR:

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Fundamentos de design criativo**: uma Introdução abrangente aos princípios do design criativo. 2. ed. São Paulo: Bookman, 2009.

CAMPOS, G. B. de. **Novas fronteiras do design gráfico**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

GRUSZYNSKI, A. C. **Design gráfico**: do invisível ao ilegível. São Paulo: Rosari, 2008.

PADOVANI S.; MOURA, D. **Navegação em hipermídia**: uma abordagem centrada no usuário. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

ULBRICHT, V. R.; PEREIRA, A. T. C. **Hipermídia**: um desafio da atualidade. Florianópolis: Pandion, 2009.

REFERÊNCIAS:

VIENNE, V.; HELLER, S. **100 ideias que mudaram o design gráfico**: de Gutemberg aos suíços, hippies e punks até os tablets. São Paulo: Rosari, 2013.

ESPAÑHOL IV – 40 aulas

OBJETIVOS: Interagir - de forma mais ativa - com as pessoas; realizar tramitações em estabelecimentos comerciais; intercambiar ideias e informações sobre temas habituais do ambiente de trabalho.

EMENTA: Desenvolvimento das habilidades de compreensão e produção oral e escrita contemplando as especificidades socioculturais necessárias para compreender e expressar-se nos âmbitos profissional e pessoal. Abordagem dos gêneros discursivos do entorno profissional, além do reconhecimento das variedades linguísticas hispânicas. Práticas de leitura e produção de textos.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

- BONELL, P. (Org.). **Negocio a la vista**. Nivel B2 (Libro + DVD). Madrid: Edinumen, 2004.
FELICES, Á. et al. **Cultura y negocios: el español de la economía española y latinoamericana**. Nueva Edición. Nivel B2. 2. ed. España: Edinumen, 2010.
GONZÁLEZ, M. **Socios 1: Curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (con CD-AUDIO)**. Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2007.

COMPLEMENTAR

- ABEGG, B.; MORENO, J. E. **Cartas comerciais em Espanhol**. São Paulo: Martins, 1999.
HERMOSO, A. G. **Conjugar verbos de España y de América**. Madrid: Edelsa, 2011.
JUAN, O. **En Equipo.es 1: curso de español de los negocios**. Madrid: Edinumen, 2002.
MATTE BON, F. **Gramática comunicativa del español**. Madrid: Edelsa, 2000. Tomos I y II.
MORENO, C.; FERNÁNDEZ, G. E. **Gramática contrastiva del español para brasileños**. Madrid: SGEL, 2007.
PRADA, M. de; BOVET, M.; MARCÉ, P. **Entorno empresarial**. Nivel B2. Madrid: Edelsa, 2008.D

DE REFERÊNCIA

- SEÑAS. **Diccionario para la enseñanza de la lengua española para brasileños**. São Paulo: Ática, 2001.

INGLÊS IV – 40 aulas

OBJETIVOS: fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para identificar os pontos principais de textos orais e escritos; fazer comparações, redigir correspondências comerciais; desenvolver a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

EMENTA: Desenvolvimento de habilidades comunicativas e estruturas léxico-gramaticais trabalhadas nas disciplinas anteriores, com o objetivo de atuar adequadamente nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Utilização de estratégias de leitura e de compreensão oral bem como de estratégias de produção oral e escrita para compreender e produzir textos orais e escritos. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos sócio-culturais.

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA

- HUGES, J. et al. **Business result: pre-intermediate**. Student's book pack. Oxford: Oxford University Press, 2009.
IBBOTSON, M.; STEPHENS, B. **Business start-up**. Student's book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
OXENDEN, C. et al. **American English file**. Student book 2. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

COMPLEMENTAR

- BARNARD, R. et al. **Business venture**. Student's book 2 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.
CAMBRIDGE. **Cambridge advanced learner's dictionary with CD-Rom**. 3rd. ed. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.
CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching English to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
COTTON, D. et al. **Market leader: Pre-intermediate**. Student's book with Multi-Rom. 3rd ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.
DUCKWORTH, Michael. **Essential business grammar and practice**. English level: Elementary to Pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.
RICHARDS, Jack C. **New Interchange: Student Book 2**. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

RECOMENDAÇÕES: Utilizar o laboratório de informática para execução de atividades extras.

5ª SEMESTRE

Per.	Disciplina	aulas/	CH
------	------------	--------	----

		sem	
5	Projeto Integrador de Eventos V	4	80
	Escolhas da Unidade:	6	120
	Captação de Eventos e Recursos	4	80
	Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade	2	40
	Plano de Negócio	2	40
	Fundamentos de Logística Aplicada	2	40
	Direito Aplicado a Eventos	2	40
	Inglês V	2	40

PROJETO INTEGRADOR DE EVENTOS V – 80 aulas

OBJETIVO: Articular e relacionar o conhecimento acadêmico e a prática de produção de eventos e aplicar como Gestor de Eventos.

EMENTA: Planejamento, desenvolvimento e implementação de projeto de um evento que seja capaz de integrar as disciplinas do semestre e seus conteúdos, conforme organização apontada por Recomendação ao final do projeto.

CAPTAÇÃO DE EVENTOS E RECURSOS– 80 aulas

OBJETIVO: Identificar e analisar oportunidades de eventos no macroambiente. Prospectar, viabilizar e comercializar eventos.

EMENTA: Prospecção e análise de mercado; Segmentação por ramo de atuação; Técnicas de negociação; Propostas comerciais; Gestão de contratos de prestação de serviços. Leis de incentivo e editais público/privados de apoio a projetos; Interpretação de editais e adequação do projeto para a análise e aprovação.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

HOYLE, L. H. **Marketing de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MATIAS, M. (Org.) **Planejamento, organização e sustentabilidade em eventos culturais, sociais e esportivos**. Barueri: Manole, 2011.

REIS, A. C. F. **Marketing cultural e financiamento da cultura**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

COMPLEMENTAR:

ANDRADE, A. R. de. **Planejamento estratégico: formulação, implementação, controle**. São Paulo: Atlas 2012

COSTA, I. F. da. **Marketing cultural: o patrocínio de atividades culturais como ferramenta de construção de marca**. 1. ed. São Paulo: Atlas. 2004

GITOMER, J. **A bíblia de vendas**. São Paulo: Makron Books, 2010

KIM, W. C.; MAUBORGNE, R. **A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante**. Rio de Janeiro: Campus. 2005

MACHADO NETO, M. M. **Marketing cultural: das práticas à teoria**. 1. ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

REFERÊNCIAS:

MCDONNELL, J. A.; O'TOOLE, W.; HARRIS, R. **Organização e gestão de eventos**. 3. ed. Rio de Janeiro, Campus, 2007.

POLÍTICAS PÚBLICAS, EVENTOS E HOSPITALIDADE– 40 aulas

OBJETIVOS: Reconhecer o evento como um movimento transformador para a sociedade e refletir sobre o funcionamento político e quais são as ações públicas que tornam-se mecanismos e agentes facilitadores para a realização dos eventos.

EMENTA: Conceitos, ciclo e atores das políticas públicas; Panorama político; O crescimento econômico de eventos e sua viabilidade na realidade brasileira; A importância da gestão conjunta: privada, pública e sociedade civil; Planos anuais de Governo; Sistema integrado de planejamento urbano.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

TRIGO, L. G. G. **Como aprender turismo como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2002. v. I e II.

GASTAL, S.; MOESCH, M. M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

COMPLEMENTAR:

PLANO DE NEGÓCIO– 40 aulas

OBJETIVO: Estruturar um plano de negócios, facilitando o desenvolvimento das capacidades empreendedoras.

EMENTA: Importância estratégica; Vantagem competitiva e inovação; Fontes de financiamento; Aspectos legais e práticos de abertura de um negócio; Elaboração de Plano de Negócios.

BIBLIOGRAFIAS

BÁSICA:

DORNELAS, J. **Plano de negócios:** seu guia definitivo. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

HASHIMOTO, M.; BORGES, C. **Empreendedorismo:** plano de negócios em 40 lições. São Paulo: Saraiva, 2014.

NAKAGAWA, M. **Empreendedorismo:** elabore seu plano de negócio e faça a diferença. São Paulo: Senac, 2013.

COMPLEMENTAR:

BERNARDI, L. A. **Manual de plano de negócios:** fundamentos, processos e estruturação. São Paulo: Atlas, 2006.

BIZZOTTO, C. E. N. **Plano de negócios para empreendimentos inovadores.** São Paulo: Atlas, 2008

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

PEIXOTO FILHO, H. M. **Empreendedorismo de A a Z:** casos de quem começou bem e terminou melhor ainda. São Paulo: Saint Paul, 2011.

REBOUÇAS, D. de OLIVEIRA. **Estratégia empresarial e vantagem competitiva.** São Paulo: Atlas, 2005.

REFERÊNCIAS:

TIMMONS, J. A. et al. **Planos de negócios que dão certo:** um guia para pequenas empresas. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

FUNDAMENTOS DE LOGÍSTICA APLICADA– 40 aulas

OBJETIVO: Compreender a importância da utilização da logística na área de eventos. Aplicar métodos que garantam a eficiência do processo nos eventos.

EMENTA: Introdução aos conceitos da logística; Objetivos e áreas de atuação; Gestão da Cadeia de Suprimentos: fluxo de materiais e infraestrutura; Logística e relação com o serviço ao cliente; Logística Internacional; Logística Reversa; Uso de ferramentas informáticas aplicadas à gestão da logística.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos.** São Paulo: Bookman, 2006.

BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento.** São Paulo: Saraiva, 2009

LEITE, P. R. **Logística reversa.** São Paulo: Prentice Hall, 2009.

COMPLEMENTAR:

CASTELLI, G. **Gestão hoteleira.** São Paulo: Saraiva, 2006.

NOVAES, A. G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição.** Rio de Janeiro: Campus, 2004.

PALHARES, G. L. **Transportes turísticos.** São Paulo: Aleph, 2002

DIREITO APLICADO A EVENTOS– 40 aulas

OBJETIVO: Compreender os conceitos e a legislação jurídica para estudos de casos, interpretação e aplicação no segmento de eventos.

EMENTA: Os principais ramos do direito público e privado. O direito constitucional e o turismo. O direito trabalhista. CLT. O direito: empresarial, tributário e fiscal aplicado às empresas do setor de Eventos. Contratos de prestação de serviços. Conhecimentos básicos sobre o direito do consumidor e as relações de consumo. Análise de leis, decretos e regulamentos que regem o meio ambiente brasileiro: Leis de conservação e preservação do patrimônio natural e cultural.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

COLEÇÃO SARAIVA DE LEGISLAÇÃO. Código de proteção e defesa do consumidor. **LEI 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990.** São Paulo: Saraiva, 2006.

DINIZ, M. H. Curso de direito civil brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2007

MARTINS, S. P. Comentários à CLT. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2009

COMPLEMENTAR:

FERREIRA, M. G. F. **Direito constitucional**. São Paulo: Saraiva, 2003.

MACHADO, P. A. L. **Direito ambiental brasileiro**. 10. ed. São Paulo: Malheiros, 2003.

NIETO, M.P. **Manual de direito aplicado ao turismo**. Campinas: Papirus, 2001.

RIZZATO, N. Curso de direito do consumidor. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009

INGLÊS V – 40 aulas

OBJETIVOS: fazer uso de estratégias de leitura e compreensão oral para compreender textos orais e escritos; participar de conversas espontâneas, fazendo uso da língua com inteligibilidade; comunicar-se em situações de entrevista de emprego; redigir “application letters” e currículos vitae; descrever brevemente experiências e expectativas; fornecer justificativas; aperfeiçoar a entoação e o uso dos diferentes fonemas da língua.

EMENTA: Aprofundamento do uso das habilidades comunicativas e estruturas léxico-gramaticais trabalhadas nas disciplinas anteriores, com o objetivo de atuar adequadamente nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. O aluno deverá fazer uso das habilidades em foco bem como de estratégias de leitura, compreensão oral e produção oral e escrita com autonomia. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos sócio-culturais.

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA

HUGES, J. et al. **Business result:** pre-intermediate. Student’s book pack. Oxford: New York: Oxford University Press, 2009.

IBBOTSON, M.; STEPHENS, B. **Business start-up:** Student’s book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

OXENDEN, C. et al. **American English file:** Student book 2. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

COMPLEMENTAR

BARNARD, R. et al. **Business venture:** Student’s book 2 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CAMBRIDGE. **Cambridge advanced learner’s dictionary with CD-Rom**. 3rd. ed. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.

CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching English to speakers of other languages**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, D. et al. **Market leader:** Pre-intermediate. Student’s book with Multi-Rom. 3rd. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

DUCKWORTH, Michael. **Essential business grammar and practice**. English level: elementary to pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

RICHARDS, J. C. **New Interchange:** Student book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

RECOMENDAÇÕES: Utilizar o laboratório de informática para execução de atividades extras.

6º SEMESTRE

Per.	Disciplina	aulas/ sem	CH
6	Projeto Integrador de Eventos VI	4	80
	Escolhas da Unidade:	6	120
	Gestão Ambiental em Eventos	4	80
	Relações Públicas	4	80
	Planejamento de Atividades de Lazer	2	40
	Ergonomia Aplicada ao Trabalho	2	40
	Inglês VI	2	40

PROJETO INTEGRADOR DE EVENTOS VI – 80 aulas

OBJETIVO: Articular e relacionar o conhecimento acadêmico e a prática de produção de eventos e aplicar como Gestor de Eventos.

EMENTA: Planejamento, desenvolvimento e implementação de projeto de um evento que seja capaz de integrar as disciplinas do semestre e seus conteúdos, conforme organização apontada por Recomendação ao final do projeto.

GESTÃO AMBIENTAL EM EVENTOS – 80 aulas

OBJETIVOS: Conhecer os fundamentos da gestão ambiental aplicada a eventos. Reconhecer os princípios, metodologias, estratégias, práticas da responsabilidade socioambiental em criação de projetos de eventos sustentáveis. Elaborar e aplicar projetos de responsabilidade socioambiental na área de eventos.

EMENTA: Conceitos de Responsabilidade socioambiental. Conceitos básicos de gestão ambiental. Tópicos de Gestão Ambiental aplicados a eventos: sustentabilidade, gerenciamento de resíduos, marketing verde, estratégias de compensação e neutralização de carbono, educação ambiental. Projetos de responsabilidade socioambiental.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

BARBIERI, J. C.. **Gestão ambiental empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2008.

DAHER, W. **Responsabilidade social corporativa: geração de valor reputacional nas organizações internacionalizadas**. São Paulo: Saint Paul, 2012.

FONTES, N. et al. **Eventos mais sustentáveis: uma abordagem ecológica, econômica, social e política**. São Carlos: EDUFSCar, 2008.

COMPLEMENTAR

ANDRADE, R. O .B; TACHIZAWA,T.; CARVALHO, A.B. **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. 2. ed. São Paulo: Makron Books, 2002.

BUARQUE, S. C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável**. São Paulo: Garamond, 2006.

CARVALHO, I.C. M. **Educação ambiental: a invenção do sujeito ecológico**. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2012.

DIAS, R. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

TENÓRIO, F. G. (Org.). **Gestão Social: metodologias e casos**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

DE REFERÊNCIA

INSTITUTO ETHOS. **Responsabilidade Social das empresas: a contribuição das universidades**. vol. IV. São Paulo: Peirópolis, 2005.

SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE DO ESTADO DE SÃO PAULO - COORDENADORIA DE PLANEJAMENTO AMBIENTAL ESTRATÉGICO E EDUCAÇÃO AMBIENTAL - SMA /

CPLEA. **Manual para Elaboração, Administração e Avaliação de Projetos**

Socioambientais. São Paulo: SMA / CPLEA, 2005. Disponível em: <<http://stoa.usp.br/alex/files/2339/16979/gestaoProjSociais.pdf>>

RELAÇÕES PÚBLICAS – 80 aulas

OBJETIVOS: Conhecer e aplicar as práticas de relações públicas em criar e planejar estratégias de comunicação para o público interno e externo. Divulgação de eventos. Demonstração de resultado do pós evento.

EMENTA: Conceito de relações públicas e a sua atuação. Assessoria de comunicação e as suas ferramentas. A organização e os *stakeholders*. Avaliação e mensuração em eventos.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

CESCA, C. G. Gimenez. **Relações públicas e suas Interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.

MAFEI, M.; CECATO, V. **Introdução de comunicação corporativa: gestão, imagem e posicionamento**. São Paulo: Contexto, 2011.

PHILLIPS, J. J.; MYHILL, M.; MCDONOUGH, J. **O Valor estratégico dos eventos: como e por que medir ROI**. São Paulo: Aleph, 2008.

COMPLEMENTAR

GRUNIG, J. E.; FERRARI, M. A.; FRANÇA, F. **Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos**. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

KUNSCH, M. M. Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

TORQUATO, F. G. R. **Tratado de comunicação organizacional e política**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

DE REFERÊNCIA

CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M.. **Relações digitais**: o pensamento nacional sobre o processo de relações públicas interfaceado pelas tecnologias digitais. Salvador: Edições VNI, 2011. Disponível em: <<http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/e-books/rpdigitais-chamusca-carvalhal.pdf>>.

MANUAL DE ASSESSORIA DE IMPRENSA. Federação Nacional dos Jornalistas profissionais/FENAJ. Brasília: 2007. Disponível em:<<http://www.fenaj.org.br/mobicom/manu>>

PLANEJAMENTO DE ATIVIDADES DE LAZER – 40 aulas

OBJETIVOS: Organizar uma programação recreativa de acordo com as necessidades de cada grupo e os espaços disponíveis. Identificar o perfil do público e quais atividades aplicar.

EMENTA: Tempo de trabalho e o livre. As contribuições do lazer para a sociedade, características e funções do lazer. Lazer em espaços públicos e privados. Empreendimentos de lazer. Programação recreativa: planejamento, organização e técnicas de programas de recreação. Tipologia das atividades de lazer. Gestão de equipes e controle de grupos e atividades. Características do lazer por faixa etária. Estrutura de uma brinquedoteca.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

CAVALLARI, V. R.; ZACARIAS, V. **Trabalhando com recreação**. 10. ed. São Paulo: Ícone, 2009.

MARCELINO, N. C. **Lazer**: formação e atuação profissional. Campinas: Papyrus, 2003.

MELO, V. A. de; ALVES, E. de D. **Introdução ao Lazer**. 2. ed. Barueri: Manole, 2012.

COMPLEMENTAR

ANDRADE, J.V. **Gestão em lazer e turismo**. São Paulo: Autêntica, 2001.

MARCELINO, N. C. (Org.). **Repertório de atividades de recreação e lazer**. Campinas: Papyrus, 2001.

MATIAS, M. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. Barueri: Manole, 2007.

MIAN, R. **Monitor de recreação**: formação profissional. São Paulo: Textonovo, 2003.

TORRES, Z. B. **Animação turística**. São Paulo: Roca, 2004.

REFERÊNCIA:

DUMAZEDIER, J. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

ERGONOMIA APLICADA AO TRABALHO – 40 aulas

OBJETIVO: Compreender a importância da ergonomia na análise de condições de trabalho e de relacionamento do usuário com o espaço do evento.

EMENTA: Visão geral do papel da ergonomia na prevenção dos fatores que agem na saúde e segurança do trabalhador e do usuário; Segurança nos eventos; Ergonomia de ambientes de infraestrutura para eventos.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

COUTO, A. H. *Ergonomia Aplicada ao Trabalho – Conteúdo Básico*. Belo Horizonte: Ergo Editora, 2007.

DUL, Jan; BLUCHER, E. 3. ed. **Ergonomia prática**. São Paulo: Blucher, 2012.

IIDA, I. **Ergonomia**: projeto e produção. 12. ed. rev. ampl. São Paulo: Blucher, 2005.

COMPLEMENTAR

DANIELLOU, J. et. al. **Compreender o trabalho para transformá-lo**. São Paulo: Blucher, 2001.

DE REFERÊNCIA:

ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **Procedimento**: NBR 9050.

Adequação das Edificações e do Mobiliário Urbano à Pessoa Deficiente. Rio de Janeiro: ABNT, 2004.

INGLÊS VI – 40 aulas

OBJETIVOS: participar de reuniões, discussões e apresentações orais com espontaneidade e autonomia; aprofundar a compreensão de textos acadêmicos e profissionais; concordar e discordar, fazer interrupções para expressar seu ponto de vista; redigir correspondências

comerciais com coesão e coerência. Aperfeiçoar entoação e uso de diferentes fonemas da língua de forma a garantir inteligibilidade e fluência nos contatos em ambiente profissional tanto pessoalmente quanto a distância.

EMENTA: Consolidação do uso das habilidades comunicativas, estruturas léxico-gramaticais e estratégias de leitura e de compreensão oral bem como de produção oral e escrita, trabalhadas nas disciplinas anteriores, com o objetivo de atuar com autonomia e espontaneidade nos contextos pessoal, acadêmico e profissional. Ênfase na oralidade, atendendo às especificidades da área e abordando aspectos sócio-culturais.

BIBLIOGRAFIA:

BÁSICA

HUGES, J. et al. **Business result:** pre-intermediate. Student's book Pack. Oxford: Oxford University Press, 2009.

IBBOTSON, M. et al. **Business start-up:** Student's book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

OXENDEN, C. et al. **American English file:** Student book 2. New York, NY: Oxford University Press, 2008.

COMPLEMENTAR

BARNARD, R. et al. **Business venture:** Student's book 2 with practice for the TOEIC test. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CAMBRIDGE. Cambridge advanced learner's dictionary with CD-Rom. 3rd. ed. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2007.

CARTER, R.; NUNAN, D. **Teaching English to speakers of other languages.** Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

COTTON, D. et al. **Market leader:** pre-intermediate. Student's book with multi-rom. New Edition. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2008

DUCKWORTH, M. **Essential business grammar and practice.** English level: elementary to pre-Intermediate. New Edition. Oxford, UK: Oxford University Press, 2007.

RICHARDS, J. C. **New interchange:** Student book 2. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.

RECOMENDAÇÕES: Utilizar o laboratório de informática para execução de atividades extras.

Outros Componentes Curriculares:

ESPAÑHOL V – 40 aulas

Escolha das Unidades de: Barueri (5º semestre)
Cruzeiro (5º semestre)
Ipiranga (5º semestre)
Itu (5º semestre)
Presidente Prudente (5º semestre)

OBJETIVOS: Compreender e expressar ideias principais em uma conversação mais extensa sobre assuntos habituais, pessoais e profissionais; manter uma interação e se fazer entender em variadas situações cotidianas; formular perguntas e respostas mais elaboradas; expor ideias de forma clara.

EMENTA: Desenvolvimento das habilidades de compreensão e produção oral e escrita contemplando as especificidades socioculturais necessárias para compreender e expressar-se nos âmbitos profissional e pessoal. Uso funcional dos recursos linguísticos. Apresentação de tipos e formas de textos. Produção e interpretação de textos descritivos e explicativos de caráter profissional e pessoal.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

BONELL, P. (Org.). **Negocio a la vista.** Nivel C1 (Libro + DVD). Madrid: Edinumen, 2004.

FELICES, Á. et al. **Cultura y negocios:** El español de la economía española y latinoamericana. Nueva Edición. Nivel C1. 2. ed. España: Edinumen, 2010.

GONZÁLEZ, M. **Socios 2: Curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (con CD-AUDIO).** Nueva Edición. Madrid, Difusión, 2008.

COMPLEMENTAR

ABEGG, B.; MORENO, J. E. **Cartas comerciais em espanhol.** São Paulo: Martins, 1999.

GONZÁLEZ, N.T.M.; MORENO, F. (Coord.). **Diccionario bilingüe de uso.** Madrid: Arco/Libros, 2003.

JUAN, O. **En Equipo.es 2**: Curso de español de los negocios. Libro del Alumno. Madrid, Edinumen, 2007.

MATTE BON, F. **Gramática comunicativa del español**. Madrid: Edelsa, 2000. Tomos I y II.

MORENO, C.; FERNÁNDEZ, G. E. **Gramática contrastiva del español para brasileños**. Madrid: SGEL, 2007.

REFERÊNCIAS:

CLAVE. **Diccionario de uso del español actual**. Madrid: SM, 2012.

PALOMINO, M. Á. **Técnicas de correo comercial**. Madrid: Edelsa, 2006.

PRADA, M.; MARCÉ, P. **Comunicación eficaz para los negocios**. Nivel B. Madrid: Edelsa, 2010.

ESPAÑOL VI – 40 aulas

Escolha das Unidades de: Barueri (6º semestre)
Cruzeiro (6º semestre)
Ipiranga (6º semestre)
Itu (6º semestre)
Presidente Prudente (6º semestre)

OBJETIVOS: Compreender e expressar ideias em uma conversação mais extensa sobre assuntos habituais, pessoais e profissionais; manter uma interação e se fazer entender em variadas situações cotidianas; formular perguntas e respostas mais elaboradas e detalhadas; explicar e defender opiniões de forma mais clara e independente.

EMENTA: Aprimoramento das habilidades de compreensão e produção oral e escrita atendendo às especificidades acadêmico-profissionais da área e abordando aspectos socioculturais da língua espanhola. Compreensão, produção e interpretação de textos dos âmbitos profissional, social e pessoal. Reconhecimento dos contrastes entre o português e o espanhol. Cultura e liderança organizacional nos países hispano-falantes.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA

BONELL, P. (Org.). **Negocio a la vista**. Nivel C2 (Libro + DVD). Madrid: Edinumen, 2004.

GONZÁLEZ, M. **Socios 2**: Curso de español orientado al mundo del trabajo. Libro del alumno (con CD-AUDIO). Nueva Edición. Madrid: Difusión, 2008.

PALOMINO, M. Á. **Técnicas de correo comercial**. Madrid: Edelsa, 2006.

COMPLEMENTAR

ABEGG, B.; MORENO, J. E. **Cartas comerciais em espanhol**. São Paulo: Martins, 1999.

GONZÁLEZ, N.T.M.; MORENO, F. (Coord.). **Diccionario bilingüe de uso**. Madrid: Arco/Libros, 2003.

JUAN, O. **En Equipo.es 2**: curso de español de los negocios. Libro del Alumno. Madrid, Edinumen, 2007.

MATTE BON, F. **Gramática comunicativa del español**. Madrid: Edelsa, 2000. Tomos I y II.

MORENO, C.; FERNÁNDEZ, G. E.. **Gramática contrastiva del español para brasileños**. Madrid: SGEL, 2007.

REFERÊNCIAS:

CLAVE. **Diccionario de uso del español actual**. Madrid: SM, 2012.

PRADA, M. de; BOVET, M.; MARCÉ, P. **Entorno empresarial**. Nivel B2. Madrid: Edelsa, 2008.

PRADA, M. de; BOVET, M.; MARCÉ, P. **Comunicación eficaz para los negocios**. Nivel B. Madrid: Edelsa, 2010.

ITALIANO I – 40 aulas

Escolha da Unidade de Jundiaí (5º semestre)

OBJETIVO: Proporcionar um determinado grau de conhecimento da língua italiana e propiciar a desenvoltura verbal e escrita.

EMENTA: Conhecimento básico da língua italiana com ênfase no desenvolvimento da capacidade comunicativa e escrita.

BIBLIOGRAFIAS

BÁSICA:

CHIUCHIU, A.; MINCIARELLI, F.; SILVESTRINI, M. **Grammatica italiana per stranieri**. In Italiano. Perugia: Guerra Edizioni, 2005. v. 1

POLITO, A. G. **Michaelis italiano**: gramática prática. 2. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2009.

COMPLEMENTAR:

MEZZADRI, M.; BALBONI, P. E. **RETE**: Corso Multimediale D'Italiano per Stranieri. Libro di casa 1. Perugia: Guerra Edizione, 2005.

POLITO A. G. **Michaelis**: dicionário escolar italiano. 2. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2009.

ITALIANO II– 40 aulas

Escolha da Unidade de Jundiaí (6º semestre)

OBJETIVO: Proporcionar um determinado grau de conhecimento da língua italiana e desenvoltura verbal e escrita.

EMENTA: Ênfase nos aspectos gramaticais e estruturais da língua italiana voltados ao desenvolvimento da capacidade comunicativa e nas habilidades de escrituras.

BIBLIOGRAFIAS

BÁSICA:

CHIUCHIU, A.; MINCIARELLI, F.; SILVESTRINI, M. **Grammatica italiana per stranieri**. In Italiano. Perugia: Guerra Edizioni, 2005. v. 1

POLITO, A. G. **Michaelis italiano**: gramática prática. 2. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2009.

COMPLEMENTAR:

MEZZADRI, M.; BALBONI, P. E. **RETE**: Corso Multimediale D'Italiano per Stranieri. Libro di casa 1. Perugia: Guerra Edizione, 2005.

POLITO A. G. **Michaelis**: dicionário escolar italiano. 2. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2009.

PRODUÇÃO AUDIOVISUAL – 80 aulas

Escolha das Unidades de: Barueri (6º semestre)

Ipiranga (6º semestre)

Jundiaí (6º semestre)

Presidente Prudente (6º semestre)

OBJETIVOS: Entender e operacionalizar as etapas do processo de produção de audiovisuais e sua pré-produção; adequar plano pictórico e sonoro; local equipamentos, produção e roteiro.

EMENTA: Recursos audiovisuais aplicados na produção dos eventos. Adequação de recursos ao perfil do público alvo do mercado.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

DANCYGER, K. **Técnicas de edição para cinema e vídeo, história, teoria e prática** 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2007.

FIELD, S. **Manual do roteiro**: os fundamentos do texto cinematográfico. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

MARTIN, M. **A Linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

COMPLEMENTAR

BARRETO, T. **Vende-se em 30 segundos**: manual do roteiro para filme publicitário. São Paulo: SENAC, 2004.

COMPARATO, D. **Da criação ao roteiro**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.

FIELD, S. **Roteiro**: os fundamentos do roteirista. Curitiba: Arte e Letra, 2009.

GESTÃO DE EVENTOS E AGENCIAMENTO DE VIAGENS – 80 aulas

Escolha da Unidade de Cruzeiro (5º semestre)

OBJETIVOS: Estudar e analisar características departamentais para conhecer as várias formas de gestão das empresas de eventos; mostrar a atuação da gerência de eventos desde o planejamento até a operacionalização (ênfase na qualidade da implantação e controle); mostrar procedimentos para abertura de empresas de eventos; analisar e discutir a atuação das empresas de eventos como prestadora de serviços e intermediadora de serviços terceirizados; estabelecer relacionamento interpessoal efetivo com o cliente, de modo a torná-lo satisfeito no contato com o profissional de Turismo (agente de viagens); desenvolver a

EMENTA: Relação entre o mercado de eventos e a constituição de empresas. Perfil do gestor de eventos. Análise da organização de departamentos de empresas de eventos. Setor de eventos dentro de empresas de outros ramos de atividade. Organograma de uma agência de viagens e seus principais mercados. e qualidade no atendimento. Código de ética. Relação entre agência de viagem e o coordenador de eventos. Conhecimento das empresas e suas repercussões em âmbitos econômicos, sociais e políticos. Definição de perfis e planejamento de viagens.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

BRAGA, D. C. **Agência de viagens e turismo**. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2007.

GIACAGLIA, M. C. **Gestão estratégica de eventos**. São Paulo Cengage, 2012.

PELIZZER, H. Â. **Turismo de negócios na gestão de viagens empresariais**. 2. ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2014.

COMPLEMENTAR

ALLEN, J.; O´toole, M. **Organização e gestão de eventos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CANDIOTO, M. F. **Agência de turismo no Brasil: embarque imediato pelo portão dos desafios**. Rio de Janeiro: Campus, 2012.

MAMEDE, G. **Agências, viagens e excursões: regras jurídicas, problemas e soluções**. Barueri: Manole, 2003.

ETIQUETA CORPORATIVA – 40 aulas

Escolha da Unidade de Cruzeiro (6º semestre)

OBJETIVOS: Estabelecimento de regras de comportamento e formas adequadas de comportamento em ambiente corporativo de maneira a promover a interação entre colaboradores, clientes e gestores que fazem parte da organização.

EMENTA: Estabelecimento de regras de comportamento e formas adequadas de comportamento em ambiente corporativo de maneira a promover a interação entre colaboradores, clientes e gestores que fazem parte da organização.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

ARAÚJO, M. A. A. **Etiqueta empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004

BENNETT, C. **Etiqueta nos negócios**. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2012.

MARQUES, L. **Os sete pecados do mundo corporativo: etiqueta, comportamento e marketing pessoal**. Petrópolis: Vozes, 2011.

COMPLEMENTAR

ARRUDA, F. **Etiqueta não tira férias**. São Paulo: Editora Saraiva, 2011.

GONTIJO, C. **Imagem pessoal e etiqueta**. São Paulo: Laços, 2013.

MATTOS, C. L. C. **Marketing pessoal e etiqueta**. São Paulo: IESDE, 2011.

LIDERANÇA E EMPREENDEDORISMO – 40 aulas

Escolha da Unidade de Cruzeiro (6º semestre)

OBJETIVOS: Identificar as etapas do processo de criação de novas empresas. - Conhecer os aspectos organizacionais de uma empresa; desenvolver habilidades e atitudes empreendedoras; desenvolver habilidades para liderar pessoas, equipes e empresas e aprimorar competências de comunicação, negociação e delegação; aumentar a capacidade de influenciar e liderar pelo exemplo.

EMENTA: Estabelecimento de regras de comportamento e formas adequadas de comportamento em ambiente corporativo de maneira a promover a interação entre colaboradores, clientes e gestores que fazem parte da organização.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA

ADAIR, J. **Liderança para inovação**. São Paulo. Clío, 2010.

BORGES, C. **Empreendedorismosustentável**. São Paulo: Saraiva, 2014.

HISRICH, R. D., PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

COMPLEMENTAR

ADAIR, J. **Liderança e motivação**. São Paulo: CLIO Editora, 2010.

CASELA, D. **Atitude e altitude: uma história sobre convivência, liderança e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2012.

DORNELLAS, J. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: LTC, 2014.

MEIOS DE HOSPEDAGEM – 80 aulas

Escolha da Unidade de Itu (5º semestre)

OBJETIVOS: Compreender os conceitos básicos da hotelaria, desenvolver ações de gerenciamento aplicadas aos meios de hospedagem, aplicar os conceitos de hospitalidade aos meios de hospedagens, compreender os meios de hospedagens e suas interfaces com o turismo e com os eventos, identificar e classificar os tipos de hospedagem, compreender os aspectos legais e os procedimentos relacionados aos meios de hospedagem.

EMENTA: Pioneiros da Hotelaria; Conceitos em Hospitalidade; Tipologia e classificação de meios de hospedagem; Normas e procedimentos legais específicos da área; Aplicação de

software hoteleiro; Terminologia hoteleira; Supervisão em hotelaria; Gestão dos meios de hospedagem.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

ANDRADE, N.; BRITO, P. L. de; JORGE, W. E. **Hotel: planejamento e projeto**. São Paulo: SENAC, 2000.

ALDRIGUI, M. **Meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2007. Coleção ABC do Turismo.

ASCANIO, A. **Turismo e planejamento hoteleiro: avaliação econômica e ambiental**. São Paulo: Papirus, 2003.

CÂNDIDO, Í. **Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul; EDUCS, 2003

COMPLEMENTAR:

CHON, K. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DIAS, C. M. M. et al. **Hospitalidade, reflexões e perspectivas**. Barueri: Manole, 2002.

PETROCCHI, M. **Hotelaria: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2002.

TORRE, F. **Administração hoteleira**. São Paulo: Rocca, 2001. v.1 e 2.

TURISMO RURAL – 80 aulas

Escolha da Unidade de Itu (6º semestre)

OBJETIVOS: Conhecer a produção, organização e dinâmica do espaço rural, assim como a evolução e diversificação do turismo no espaço rural. Compreender o turismo rural dentro do contexto histórico e político. Desenvolver ações de planejamento, organização, estruturação, promoção e comercialização de eventos em ambientes rurais. Prospectar e promover eventos ligados ao turismo rural.

EMENTA: Conceitos do espaço e da organização espacial. Dinâmica do espaço rural. Formas de produção e produtos turísticos rurais. Identificação da área. Aspectos social, cultural, natural e econômico do turismo rural. Infraestrutura e equipamentos. Comercialização. Legislação vigente.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

ALMEIDA, J. A.; RIEDL, M. (Orgs.). **Turismo rural: ecologia, lazer e desenvolvimento**. Caxias do Sul: EDUCS, 2000.

PORTUGUEZ, A. et al. (Orgs.). **Turismo no espaço rural: enfoque e perspectivas**. São Paulo: Roca, 2006.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica**. São Paulo: EDUSP, 2002.

COMPLEMENTAR:

ALMEIDA, J. A.; FROELICH, J. Marcos; RIEDL, M. (Org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Santa Maria: UFSM, 2000.

AUGE, M. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papirus, 1998.

RODRIGUES, A. B. **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001.

RODRIGUES, A. B. **Turismo rural**. São Paulo: Contexto, 2003.

TEORIA DA IMAGEM – 80 aulas

Escolha das Unidades de: Barueri (5º semestre)
Ipiranga (5º semestre)
P.Prudente (5º semestre)

OBJETIVO: Entender a importância da imagem na sociedade atual. Conhecer a importância da imagem nos eventos e demais sistemas de representação da realidade, desenvolvendo no estudante a capacidade de abstração, tornando-o capaz de expressar um conceito/sentido por meio de uma imagem.

EMENTA: Conceitos básicos de imagem. Imagem e representação. O processo de percepção e interpretação da imagem aplicada à realidade. O Imaginário. Leitura das imagens: a imagem como informação e linguagem. A imagem e as mídias: a imagem nos eventos, no cinema, na mídia e na fotografia.

BIBLIOGRAFIA

BÁSICA:

AUMONT, J. **A imagem**. 7 ed. Campinas: Papirus, 2002

BAITELLO JR., N. **A era da iconofagia**. São Paulo: Hackers, 2005

FLUSSER, V. **A Filosofia da caixa preta**. São Paulo: Annablume, 2011.

COMPLEMENTAR:

BAUMAM, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 1998.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997

SANTAELLA, L.; WINFRIED, N. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2001

TÉCNICAS DE ORATÓRIA – 80 aulas

Escolha da Unidade de Jundiaí (5º semestre)

OBJETIVOS: Dominar competências de exposição oral através de controle emocional, dicção, postura, ênfase, forma e tempo. Transformar ideias em discurso e defendê-las verbalmente perante plateias.

EMENTA: Comunicação na dimensão vocal através de volume, tonalidade, velocidade, pausas e dicção. Postura, gestos, expressões faciais e equipamentos de ajuda. Utilização de microfone e recursos audiovisuais. Preparação e apresentação de discursos e interação com a plateia.

BIBLIOGRAFIAS:

BÁSICA:

BRASIL, A. **Fale bem, fale sempre**. São Carlos: Universo dos Livros, 2010.

BRASSI, S. **Comunicação verbal: oratória, a arte da persuasão**. São Paulo: Madras, 2008.

TOMPAKOW, P. R.. **O corpo fala**. Petrópolis: Vozes, 2004.

COMPLEMENTAR:

ALVES, L.S. **A arte da oratória: os segredos do orador de sucesso**. São Paulo: Brasília Jurídica, 2004

DIAZ, B.J. E. **Além dos meios de mensagens: introdução a comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência**. Petrópolis: Vozes, 2001.

JAKOBSON, R. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 2007.

PEASE, A.; PEASE, B. **Desvendando os segredos da linguagem corporal**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

TRABALHO DE GRADUAÇÃO EM EVENTOS – 160 horas

OBJETIVO: O estudante deverá refletir através de um trabalho acadêmico o perfil profissional constante no projeto pedagógico do curso de Tecnologia em Eventos.

EMENTA: Desenvolvimento de atividade de estudo, pesquisa e construção de textos específicos envolvendo conhecimentos e atividades da área da Eventos, devidamente orientados por docente do curso. O resultado final deverá ser apresentado por meio da elaboração de uma Monografia, Relatório Técnico, Projeto, Análise de Casos, Desenvolvimento (de Instrumentos, Equipamentos ou Protótipos), Levantamento Bibliográfico, etc. com publicação das contribuições, seguindo regulamento específico constante no projeto pedagógico do curso.

ESTÁGIO CURRICULAR SUPERVISIONADO EM EVENTOS – 240 horas

OBJETIVO: Dentro do setor da Eventos, proporcionar ao estudante oportunidades de desenvolver suas habilidades, analisar situações e propor mudanças no ambiente organizacional e societário. Complementar o processo ensino-aprendizagem. Incentivar a busca do aprimoramento pessoal e profissional. Aproximar os conhecimentos acadêmicos das práticas de mercado com oportunidades para o estudante de conhecer as organizações e saber como elas funcionam. Incentivar as potencialidades individuais, proporcionando o surgimento de profissionais empreendedores. Promover a integração da Faculdade/Empresa/Comunidade e servir como meio de reconhecimento das atividades de pesquisa e docência, possibilitando ao estudante identificar-se com novas áreas de atuação. Propiciar colocação profissional junto ao mercado de trabalho, de acordo com a área de interesse do estudante.

EMENTA: Aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos no curso de Tecnologia em Eventos em situações reais de desempenho da futura profissão. Realizar atividades práticas, relacionadas a Eventos, desenvolvidas em empresas da comunidade, sob orientação e supervisão da Faculdade.

Projetos Integradores de Eventos

RECOMENDAÇÕES:

O Projeto Integrador de Eventos possibilita a constituição e o processo de pesquisa mais alinhado ao mercado de eventos. Para que a matriz curricular do curso atenda às expectativas, foi elaborado um plano pedagógico, que estabelece dois eixos de direcionamento, que possibilitam avaliar as habilidades e competências dos alunos.

Eixo Vertical – abrange as disciplinas de cada semestre proporcionando uma interatividade progressiva do conhecimento. Esse eixo avalia as habilidades do aluno.

- Primeiro semestre – Identificar;
- Segundo semestre – Criar;
- Terceiro semestre – Otimizar;
- Quarto semestre – Planejar;
- Quinto semestre – Implementar;
- Sexto semestre – Gerenciar.

Eixo Horizontal – abrange as áreas do conhecimento durante todo o curso, avaliando as competências do aluno em se relacionar com as áreas de cada semestre.

- 1º momento: competências operacionais
- 2º: competências táticas
- 3º: competências estratégicas

Essa recomendação é base para os projetos interdisciplinares para gestão de eventos. O projeto deve ser desenvolvido pelos alunos sob supervisão, de forma que, inicialmente, os alunos consigam identificar elementos que integrem e se relacionem com produção de eventos. Depois, de forma crescente, novos conhecimentos devem ser agregados por meio de execução de criação de eventos, que permitam, ao aluno, uma visão operacional. Em sequência, otimizar o evento criado e planejar suas ações e decisões permite visão tática na organização. Implementar visão estratégica sobre o negócio e desenvolver capacidade gerencial do evento é o que busca a complementação deste processo de evolução de conhecimento pretendido pelos Projetos Integradores.

Sugere-se que, em sendo possível e preferência do(s) aluno(s), o projeto desenvolvido nesses componentes possa transformar-se, sugerir ou direcionar o Trabalho de Graduação.

6. Equivalências entre matrizes

Fatecs Barueri, Ipiranga, Itu, Jundiá, Presidente Prudente.

a partir de 2015				até 2014			
Per.	Disciplina	Aulas/Sem	CH	Per.	Disciplina	Aulas/Sem	CH
3	Alimentos e Bebidas	4	80	6	Alimentos e Bebidas	4	80
4	Ambientação de Espaços Físicos	4	80	3	Ambientação de Espaços Físicos	4	80
5	Captação de Eventos e Recursos	4	80	4	Captação de Eventos e Comercialização	4	80
2	Cerimonial	4	80	6	Cerimonial	2+2	80
4	Contabilidade Gerencial	4	80	4	Orçamento e Custos	2	40
4	Design Gráfico	4	80	3	Design Gráfico	4	80
5	Direito Aplicado a Eventos	2	40	3	Direito aplicado a Eventos	2	40
6	Ergonomia Aplicada ao Trabalho	2	40	5	Ergonomia aplicada ao trabalho	2	40
1	Espanhol I	2	40	1	Espanhol I	2	40
2	Espanhol II	2	40	2	Espanhol II	2	40
3	Espanhol III	2	40	3	Espanhol III	2	40
4	Espanhol IV	2	40	4	Espanhol IV	2	40
3	Estatística Descritiva	2	40	3	Estatística Básica	2	40
2	Fundamentos de Matemática Financeira	2	40	2	Matemática Financeira	2	40
3	Fundamentos da Economia	2	40	2	Fundamentos de Economia	2	40
3	Fundamentos da Gestão de Pessoas	2	40	3	Fundamentos de Gestão de Pessoas	2	40
2	Fundamentos de Administração Geral	2	40	2	Administração Geral	4	80
5	Fundamentos de Logística Aplicada	2	40	5	Fundamentos de Logística aplicada	2+2	80
6	Gestão Ambiental em Eventos	4	80	6	Gestão Ambiental	2	40
3	Gestão de Marketing de Serviços	4	80	3	Gestão de Marketing de Serviços	2+(2+2)	120
4	Gestão de Projetos	4	80	6	Gestão da Qualidade	2	40
2	Gestão do Patrimônio Cultural	2	40	1	Gestão do Patrimônio Cultural	2	40
1	Inglês I	2	40	1	Inglês I	2	40
2	Inglês II	2	40	2	Inglês II	2	40
3	Inglês III	2	40	3	Inglês III	2	40
4	Inglês IV	2	40	4	Inglês IV	2	40
5	Inglês IV	2	40	5	Inglês V	2	40
6	Inglês VI	2	40	6	Inglês VI	2	40
1	Introdução a Eventos e Hospitalidade	4	80	1	Fundamentos em Eventos e Hospitalidade	4+4	160
1	Leitura e Produção de Textos	4	80	1	Leitura e Produção de Textos	2	40
1	Métodos para Produção do Conhecimento	2	40	5	Linguagem Científico-tecnológica	2	40
6	Planejamento de Atividades de Lazer	2	40	1	Métodos para Produção do Conhecimento	2	40
2	Planejamento e Organização de eventos	4	80	4	Planejamento de Atividades de Lazer	2+4	120
5	Plano de Negócio	2	40	2	Planejamento e Organização de eventos	4	80
5	Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade	2	40	5	Plano de Negócios	2+2	80
-	-	-	-	2	Políticas Públicas, Eventos e Hospitalidade	2+4	120
1	Projeto Integrador de Eventos I	2+2	80	-	AAPs	6	120
2	Projeto Integrador de Eventos II	2+2	80	-	AAPs	12	240
3	Projeto Integrador de Eventos III	2+2	80	-	AAPs	12	240
4	Projeto Integrador de Eventos IV	2+2	80	4	Oficina de Eventos I	4	80
5	Projeto Integrador de Eventos V	2+2	80	5	Oficina de Eventos II	4	80
6	Projeto Integrador de Eventos VI	2+2	80	6	Oficina de Eventos III	2+2	80
1	Relações do Espaço Geográfico	2	40	1	Geografia	2	40
3	Relações Internacionais: Geopolítica	2	40	4	Relações Internacionais: Geopolítica	2	40
6	Relações Públicas	4	80	4	Relações Públicas	2	40
2	Sociedade, Tecnologia e Inovação	2	40	2	Sociedade, Tecnologia e Inovação	2	40
1	Tecnologia de Informação	4	80	1	Tecnologia de Informação	4	80
-	-	-	-	5	Projeto de Trabalho de Graduação I	2	40
-	-	-	-	6	Projeto de Trabalho de Graduação II	2	40
TOTALS		132		TOTALS		136	
ESCOLHAS DAS UNIDADES:							
Barueri e Ipiranga:							
5	Espanhol V	2	40	-	-	-	-
6	Espanhol VI	2	40	-	-	-	-
5	Teoria da Imagem	4	80	-	-	-	-
6	Produção Audiovisual	4	80	-	-	-	-
-	-	-	-	5	Italiano I e II	4	80
-	-	-	-	6	Italiano III e IV	4	80
		12				8	

Itu:							
5	Espanhol V	2	40			-	-
6	Espanhol VI	2	40			-	-
5	Meios de Hospedagem	4	80			-	-
6	Turismo Rural	4	80			-	-
		-	-	6	Produção Audiovisual	2	80
		-	-	6	AAP em Produção Audiovisual	2	40
		-	-	5	Psicologia aplicada ao Turismo	4	80
12						8	
Jundiaí:							
5	Técnicas de Oratória	4	80			-	-
6	Produção Audiovisual	4	80			-	-
5	Italiano I	2	40	5	Italiano I e II	4	80
6	Italiano II	2	40	6	Italiano III e IV	4	80
12						8	
Presidente Prudente							
5	Espanhol V	2	40			-	-
6	Espanhol VI	2	40			-	-
5	Teoria da Imagem	4	80			-	-
6	Produção Audiovisual	4	80	6	Produção Audiovisual	2+2	80
				6	AAP em Produção Audiovisual	2	40
		-	-	5	Psicologia aplicada ao Turismo	4	80
12						8	