|  |
| --- |
| **Plano da Disciplina****CRP0485 - Métodos de Pesquisa em Turismo** |
|  |

**Segundo semestre de 2020**

**Profa. Dra. Debora Cordeiro Braga**

27 alunos matriculados

**Objetivos:**

Discutir e trabalhar a aplicação de procedimentos e métodos de pesquisa adequados ao estudo do turismo, mostrando a diferentes abordagens e suas aplicações. Exercitar a elaboração de instrumentos de pesquisa de campo necessários ao processo de planejamento turístico de uma localidade. Desenvolver a autonomia do estudante para a realização de pesquisas, de cunho teórico ou prático, relacionadas ao turismo.

**Programa Resumido:**

1. Diferenciação de metodologia, método e procedimentos metodológicos.
2. Avaliar as características de pesquisas científicas e de pesquisas de mercado.
3. Processo de planejamento turístico municipal e sua aproximação com métodos de pesquisa.
4. Instrumentos de pesquisa.
5. Artifício da segmentação para auxiliar o planejamento do turismo.
6. Integração da pesquisa qualitativa com a pesquisa quantitativa.
7. Métodos de pesquisa de oferta.
8. Desenvolvimento de procedimentos metodológicos e instrumentos de pesquisa de oferta.
9. Métodos de pesquisa de demanda.
10. Desenvolvimento de procedimentos metodológicos e instrumentos de pesquisa de demanda.
11. Métodos de pesquisa junto à comunidade.
12. Desenvolvimento de procedimentos metodológicos e instrumentos de pesquisa junto à comunidade.
13. Tabulação e elaboração de gráficos.
14. Métodos de análise de dados.
15. Relação da teoria com a prática da pesquisa.

**Sistema de Avaliação:**

**Trabalhos Individuais – (1,0 cada –** pode não fazer um **– Total 5,0)**

TI1- delimitar a região a ser pesquisada (critérios de regionalização)

TI2- instrumentos de pesquisa (ficha, questionário e roteiro de entrevista)

TI3- fontes de dados (socio-demográficos, econômicos, fiscais, comunidade, entorno, governança etc.)

TI4- métodos de pesquisa e avaliação de oferta turística (infraestrutura básica, atrativos, equipamentos e serviços)

TI5- métodos de pesquisa de demanda (real e potencial)

TI6- formas de apresentação dos dados (tabelas, gráficos, figuras etc.)

**Trabalho em Grupo – (2,5 cada entrega - Total 5,0)**

Cada grupo terá que fazer duas entregas, uma preliminar e outra final, após as correções apontadas na entrega preliminar.

**Oferta – 2,5**

**Demanda – 1,5**

**Comunicação – 1,0**

**Norma de Recuperação:**

Não será oferecida recuperação

# Plano de Aulas:

|  |  |
| --- | --- |
| Dia | **Conteúdo** |
| 17/08 | **Apresentação do Plano de Disciplina– retificação da matrícula até 21/08**Objetivo da disciplina**Pesquisa da área de estudo (região do vale histórico)** |
| 24/08 | **Tipos de Pesquisa e Métodos de Pesquisa -** (VEAL 2011)Exploratória / DescritivaQuantitativo / QualitativoGabinete / CampoTeórica / Prática**TI1 – Delimitação da região de pesquisada** |
| 31/08 | **Planejamento Municipal e Etapas de pesquisa -** (BRAGA, 2007 + Caderno de Demanda)Introdução Entorno (Região = território Alessandra e Cia.);Contextualização (itens já estabelecidos)Infraestrutura e Governança (A e B)Oferta (Equipamentos e atrativos – C e D);Comunidade (E)Demanda.<https://www.turismo.sp.gov.br/publico/include/download.php?file=289>**TI2 - instrumentos de pesquisa** |
| 07/09 | Dia da Independência |
| 14/09 | **Pesquisa de gabinete**TI3 – Fontes de dados socio-demográficos etc. – Contextualização – Numeração.**Apresentar dados básicos disponíveis****Contextualização****B- Governança – Estrutura de tópicos** |
| 21/09 | **Diagnóstico– Municípios com PDTM–Como Sistematizar?? - Quadrantes****CONTEXTUALIZAÇÃO – Resultados (texto)****Sobgrupos A- Infraestrutura e B- Governança -Variáveis e Resultados** |
| 28/09 | **Como analisar e apresentar os dados – A- Infraestrutura e B- Govenança (Texto, tabelas, gráficos)****Comunicar com comunidade em geral (população economicamente ativa / alfabetizados)****Pesquisa de Oferta - (***COOPER et al., 2007, Parte II)*TI4 –Métodos de pesquisa e avaliação de oferta turística**Resultados Planilha Subgrupos C, D, E** |
| 05/10 | **Trabalho em Grupo – SWOT da Região – dados dos PDTM****- Diretrizes do processo de comunicação pública****- Investigação de canais de comunicação** |
| 12/10 | Dia da Padroeira |
| 19/10 | **Entrega 1 (2,5)****- Entrega dos textos – redação científica – de 3 a 5 páginas por tema de subgrupo:****Contextualização****Infraestrutura****Governança****Atrativos****Equipamentos****Comunidade****Estrutura do texto:****1ª parte contextualizar o tema (o que trata)****2ª parte detalhamento de cada município (pontos relevantes de cada um - tabelas)****3ª parte análise regional dados gerais e médias (visão regional - gráfico)****4ª pontos fortes e fracos (da temática) comparativo com dados do estado.****- Definição de atores-chave** |
| 26/10 | **- Fórum com gestores públicos –**  |
| 02/11 | Finados |
| 09/11 | Pesquisa de demanda - **Estabelecer novos grupos de trabalho**Plano de comunicação - **Estabelecer novos grupos de trabalho = demanda potencial****G1 infraestrutura e governança - 6****G2 equipamentos e atrativos - 6****G3 comunidade- 7****G4 comunicação - 7****Apresentação de conceitos, formas e procedimentos de pesquisa de demanda** |
| 16/11Orientação | 18h30 - Comunicação19h30 - Comunidade (G3 7) + 320h30 - Infraestrutura e Governança (G1 6) + 221h30 - Equipamentos e Atrativos (G2 6) +2**Oferta: listar dados faltantes + atores que têm as informações****Demanda: discutir segmento + forma de abordagem (pesquisa)****Comunicação: Definir sistematização de comunicação com atores locais (comunicação ECA com APEAR e outros atores)** |
| 23/11 | **TI5 – Explicar as diferenças entre pesquisa quantitativa e qualitativa de demanda turística****Finalizar textos de oferta – conversar sobre estrutura - orientação Questionário e forma de abordagem pesquisa de demanda potencial – para ser aplicada****Quadro para fazer contatos com atores locais (informações oferta e PCI)** |
| 30/11  | **Analisar resultados da demanda potencial****Estabelecer diretrizes gerais do plano de comunicação – grupo de comunicação** |
| 07/12  | **Incorporar textos de oferta no plano de comunicação****Apresentar características do segmento de demanda e ações para captação deste público (texto + apresentação 1,5)****Construir os planos de comunicação (empresários, comunidade, poder público)****TI6 – Construir e analisar um gráfico ou uma tabela resultante da pesquisa de demanda potencial** |
| 14/12  | **Apresentação o Plano de Comunicação Integrada (texto + apresentação 1,0)** |
| ??? | **Entrega do texto final** |
|  |  |

**Grupos de trabalho**

**Etapa 1**

**Municípios**

**G1 - Arapeí**

**G2 - Areias**

**G3 - Bananal**

**G4 - Queluz**

**G5 - São José do Barreiro**

**G6 - Silveiras**

**Subgrupos**

1. **Infraestrutura**
2. **Governança**
3. **Equipamentos e serviços turísticos**
4. **Recursos e atrativos turísticos**
5. **Comunidade**

**Etapa 2**

**G1 - Infraestrutura e Governança (6)**

**G2 - Equipamentos e atrativos (7)**

**G3 - Comunidade (6)**

**G4 - Comunicação (7) - subdividido**

**Referências:**

BRAGA, Debora Cordeiro. **Planejamento turístico**: Teoria Prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

COOPER, Chris. et al. **Turismo - princípios e práticas**. 3a ed. Tradução Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre. Bookman. 2007.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa**. Campinas. Papirus. 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Metodologia de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa e Interdisciplinaridade no Ensino Superior**. São Paulo: Aleph, 2002.

DENCKER, Ada; DA VIÁ, Sarah. **Pesquisa empírica em ciências humanas**. São Paulo: Futura, 2001.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1994.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.

HIRATA, F. A. & BRAGA, D. C. **Demanda turística e o estudo sobre motivação**. Boa Vista: Universidade Federal de Roraima-UFRR. 2017.

KOTLER, Philip; HAIDER, Donald, e REIN, Irving. **Marketing público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. Tradução de Eliane Kanner. São Paulo: Makron Books, 1994.

KOTLER. Philip. **Marketing**. São Paulo. Atlas. 1988.

LOHMANN, G. & PANOSSO NETTO, A. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. 2ª ed. São Paulo: Aleph. 2012.

MATTAR, Fauzer N. **Pesquisa de marketing.** Edição Compacta. São Paulo. Atlas. 1996.

NARDELLI, M.; VIANNA, T. e NITSCHE, L. Integração comunitária. **Caderno Virtual de Turismo** – Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p.111-125, ago. 2016. P. 111-125.

RABAHY, W. A. **Turismo e desenvolvimento**. Barueri: Manole. 2003.

SANTOS, G.O. S. & KODOTA, D. K. **Economia do turismo**. São Paulo: Aleph. 2012.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez. 2002.

SWARBROOKE, John e HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. Tradução Saulo Krieger. São Paulo: Aleph. 2002.p. 107-122.

VEAL, A. **A metodologia da pesquisa em lazer e turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.

Metodologia Científica: <https://www.scribd.com/document/61550904/Metodologia>

Comunicação com a comunidade: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=2WTflkEA3YAC&oi=fnd&pg=PA9&dq=comunica%C3%A7%C3%A3o+com+terceiro+setor&ots=QQW543EIbW&sig=2athYhih9HlkmK48TBfMrtXJSLQ#v=onepage&q=comunica%C3%A7%C3%A3o%20com%20terceiro%20setor&f=false>

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/149638061228392105244056327538046682914.pdf>

http://revistadissertar.adesa.com.br/index.php/revistadissertar/article/view/140/120