

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUAMANAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

NOME DA DISCIPLINA: GESTÃO DE ATRATIVOS CULTURAIS (TUR078)

CARÁTER DA DISCIPLINA: Obrigatório Opcional Eletivo

NÚMERO DE CRÉDITOS: 4 créditos

PRÉ-REQUISITO(S): Não há pré-requisito

EMENTA DA DISCIPLINA: A cultura como recurso turístico. Conceitos, definições e categorias de atrativos culturais. As formas de gestão pública, privada, comunitária e mista que perpassam os atrativos. As seis gerências necessárias aos atrativos culturais: Gestão da manutenção e dos bastidores dos atrativos; Gestão da comunicação externa; Gestão da interação territorial; Gestão dos fluxos de visitação; Gestão de entretenimento na visitação; Gestão das lembranças dos visitantes. Tendências em atrativos culturais. Atividades práticas de planejamento estratégico e auditoria para atrativos culturais.

PROGRAMA DA DISCIPLINA:

GRADUAÇÃO

POS-GRADUAÇÃO

1. CONCEITOS E DEFINIÇÕES SOBRE ATRATIVOS CULTURAIS
 - 1.1. Cultura e a atratividade dos territórios
 - 1.2. Definição e delimitações da abrangência do conceito de atrativo cultural
 - 1.3. Tipos e categorização dos atrativos

2. GERÊNCIA DE ATRATIVOS CULTURAIS
 - 2.1. Gestão da manutenção e dos bastidores dos atrativos
 - 2.1.1. Administração e as organizações
 - 2.1.2. Funções e áreas da administração
 - 2.1.3. Estruturas organizacionais e cargos na gestão de atrativos
 - 2.1.4. Problemáticas e formas de financiamento das reformas e manutenções
 - 2.2. Gestão da comunicação externa
 - 2.2.1. Conceito de "atrativo palimpséstico"
 - 2.2.2. Segmentação de mercado
 - 2.2.3. Cultura de convergência
 - 2.2.4. Estratégias promocionais e de vendagem
 - 2.2.5. O direito de uso da imagem do atrativo por empresas públicas e privadas
 - 2.3. Gestão da interação territorial
 - 2.3.1. Rede e roteirização turística dos atrativos
 - 2.3.1. Rotas de acesso aos atrativos
 - 2.4. Gestão dos fluxos de visitação
 - 2.4.1. Logística dos roteiros de visitação
 - 2.4.2. Capacidade de carga dos patrimônios
 - 2.4.3. Horários de funcionamento, taxas e valores de entrada e sazonalidade
 - 2.4.4. Adaptabilidade e acessibilidade nos atrativos
 - 2.5. Gestão de entretenimento na visitação
 - 2.5.1. Eventos, exposições e demais projetos paralelos
 - 2.5.2. *A mise-en-scène* do atrativo
 - 2.5.3. *L'animation des visites* no processo de interpretação
 - 2.5.4. Ciclo de vida dos atrativos
 - 2.6. Gestão das lembranças dos visitantes
 - 2.6.1. Lojas de souvenirs
 - 2.6.2. Categorias e tipos de souvenirs
 - 2.6.3. Produtos derivados

3. TENDÊNCIAS EM ATRATIVOS CULTURAIS
 - 3.1. Economia e turismo de experiência
 - 3.2. Criação e expansão do conceito e gestão de atrativos culturais:
 - 3.2.1. Quando a própria produção cultural se torna atrativo
 - 3.2.2. Atrações culturais enquanto estratégia mercadológica para diversos tipos de organizações

4. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA ATRATIVOS CULTURAIS
 - 4.1. Políticas, planos, programas e projetos para atrativos culturais
 - 4.2. Auditoria em atrativos culturais

(*) No caso de proposta de mudança de denominação e/ou alteração do número de créditos e/ou alteração de pré-requisitos da disciplina, indicar o nome, o nº de créditos, os pré-requisitos e os códigos originais da disciplina.