



**ORGANIZAÇÃO DO CURRÍCULO**  
Educação Profissional Técnica de Nível Médio com Habilitação em  
**Técnico em Guia de Turismo**  
EIXO TECNOLÓGICO: Turismo, Hospitalidade e Lazer.  
35 aulas semanais

**COMPONENTES CURRICULARES DE APROFUNDAMENTO**

**CURSO TÉCNICO EM GUIA DE TURISMO**

**1ª Série**

<b>FUNDAMENTOS DO TURISMO, HOSPITALIDADE E LAZER</b>		
<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS:</b></p> <p>Identificar os conceitos de Turismo, Lazer e Hospitalidade e estabelecer programas de atividades recreativas adequados aos diferentes grupos, espaços e equipamentos.</p>		
<p style="text-align: center;"><b>EMENTA</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aspectos históricos e evolução do lazer e do Turismo.</li><li>• Conceitos Básicos em Turismo.</li><li>• Importância socioeconômica e ambiental do turismo.</li><li>• A Potencialidade turística regional.</li><li>• Hospitalidade na atividade turística.</li><li>• Planejamento e organização de atividades recreativas para serem desenvolvidas em diferentes Meios de Hospedagem e excursões turísticas.</li></ul>		
<p><b>COMPETÊNCIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar e avaliar aspectos históricos e a evolução do lazer e do turismo.</li><li>• Correlacionar e definir planejamento estratégico, planejamento tático e plano diretor.</li><li>• Definir o padrão e a natureza das informações a serem levantadas nos diversos tipos de planejamento.</li><li>• Avaliar e organizar informações, estruturando-</li></ul>	<p><b>HABILIDADES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organizar dados e informações para o planejamento estratégico, tático.</li><li>• Elaborar organogramas gerais e funcionogramas, visando à definição dos parâmetros das delegações de funções e os limites de responsabilidades.</li><li>• Aplicar procedimentos necessários para</li></ul>	<p><b>BASES TECNOLÓGICAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundamentos do Turismo</li><li>• Conceitos Básicos do Turismo</li><li>• Evolução Histórica do Lazer e do Turismo</li><li>• Tipos de Turismo</li><li>• Impactos do Turismo</li><li>• Importância Socioeconômica</li><li>• Ética no Turismo</li></ul>



**GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**  
Secretaria de Estado da Educação  
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional  
Gerência de Ensino Médio

<p>as de forma a suprir o processo de planejamento.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer os fundamentos, os objetivos, a estrutura, a organização e o funcionamento da gestão.</li></ul>	<p>operacionalização das atividades planejadas.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicar técnicas de suporte aos sistemas burocráticos e operacionais no tocante à formalização e documentação do planejamento.</li><li>• Organizar plano de distribuição de trabalho, acompanhar a qualidade da execução e observar prazos na elaboração do planejamento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Potencialidades Turísticas Regional.</li><li>• Oferta Turísticas</li><li>• Atrativos Turísticos: Conceito e Tipologias</li><li>• Equipamento e Serviços Turísticos</li><li>• Infraestrutura de Apoio Turísticos</li><li>• Supraestrutura Turística</li><li>• Demanda Turística: Conceitos e Classificação</li><li>• Produtos Turísticos: Conceito e Características</li><li>• Hospitalidade na atividade Turística</li><li>• Conceito de Hospitalidade</li><li>• Tempos e espaços da Hospitalidade</li><li>• Lazer e Recreação.</li><li>• Fundamentos Básicos do Lazer aplicado ao turismo</li><li>• Recreação Aplicada ao Turismo</li><li>• Atividades para diferentes grupos de turistas</li><li>• Espaços e Equipamentos para o desenvolvimento das atividades</li><li>• Técnicas de Recreação e Lazer</li><li>• Planejamento das atividades</li><li>• Desenvolvimento de Programas</li><li>• Condução de Grupos.</li></ul>
--	---	--



## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. Campinas: Aleph, 2004  
IGNARRA, L.R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 2003.  
RIBEIRO, Olívia Cristina Ferreira. **Lazer e Recreação**. Editora Érica, 2014.

## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. 2ª ed. São Paulo: Ed. Senac SP, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira. (orgs). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Cengage Learning, 2003.

DIAS, Célia Maria de Moraes (org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

TRIGO, Luiz G.G. **Turismo Básico**. 4ªed. São Paulo: Senac, 2000.

## TURISMO, HOTELARIA E HOSPITALIDADE

### OBJETIVOS:

Conhecer de forma introdutória os conceitos que permeiam o turismo, a hotelaria e a hospitalidade e compreender os tipos e formas de turismo, hotelaria e hospitalidade. Entender o mercado e suas características em um mundo globalizado.

### EMENTA

- História do turismo.
- História da hotelaria.
- História da hospitalidade.
- A hospitalidade e o lazer.
- O setor de serviços.
- Cenário do Turismo, hotelaria e hospitalidade.

### COMPETÊNCIAS:

- Apontar os principais conceitos do turismo, hotelaria e hospitalidade.
- Definir as atividades turísticas.

### HABILIDADES:

- Correlacionar à história e evolução do turismo, hotelaria e hospitalidade.
- Analisar a importância e os objetivos do turismo, hotelaria e hospitalidade.

### BASE TECNOLÓGICA:

- Evolução, objetivos, importância e conceitos do turismo, hotelaria e hospitalidade.



<ul style="list-style-type: none"><li>• Desenvolver os conhecimentos e habilidades acerca da gestão do turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Desenvolver e aplicar conceitos administrativos do turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Planejar e monitorar a gestão do turismo, hotelaria e hospitalidade.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar as atividades de apoio estrutural para o desenvolvimento do turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Perceber os impactos dos prestadores de serviços em ações que envolvam o turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Relacionar os principais aspectos sociais, econômicos desenvolvidos através do turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Propiciar o conhecimento dos processos mercadológicos que visem apoiar sistemas contínuos para obtenção de dados sobre o desempenho do turismo, hotelaria e hospitalidade no mercado interno e externo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atividades chaves do setor de turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Atividades de apoio ao desenvolvimento do setor de turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Gestão da informação com foco no turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Noções de logística reversa de pós-consumo e de pós-venda, no setor do turismo, hotelaria e hospitalidade.</li><li>• Noções de logística internacional.</li></ul>
--	---	---

**BIBLIOGRAFIA BASICA:**

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **História das Viagens e do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.  
CAMARGO, Luiz Octávio de L. **Educação para o lazer**. São Paulo: Moderna, 1998.  
CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

GUERRIER, Yvonne. **Comportamento organizacional em hotéis e restaurantes**. São Paulo: Futura, 2000.  
FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. 2.ed. rev. São Paulo: Senac, 2001.  
KRIPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2000.



## 2ª Série

### EVENTOS, RECREAÇÃO E LAZER TURÍSTICO

#### OBJETIVOS:

Atuar de maneira responsável, dinâmica, empreendedora e laboral, tendo em vista a sua adaptação às novas situações do mundo do entretenimento, à luz dos valores estéticos, políticos e éticos.

#### EMENTA

- Conceitos de eventos aplicados ao turismo;
- Conceitos de recreação aplicados ao turismo;
- Critérios para a escolha do local e data para a realização do evento;
- Atividades para diferentes tipologias de público;
- Espaços e equipamentos para o desenvolvimento das atividades;
- Mercado de eventos no Brasil e no Espírito Santo;
- Avaliações: Pré, trans e pós-evento.

#### COMPETÊNCIAS:

- Conhecer e aplicar diferentes tipos de modalidades de recreação nos diferentes segmentos do turismo e lazer;
- Compreender a importância das atividades recreativas no seguimento do turismo e lazer;
- Proporcionar a inclusão social, a interação entre os participantes de uma atividade de turismo por meio das atividades lúdicas e recreativas.

#### HABILIDADES:

- Avaliar as vocações do entretenimento no estado do Espírito Santo;
- Elaborar os termos eventos, recreação e lazer;
- Aplicar as leis e práticas do entretenimento;
- Avaliar a relação entre eventos, recreação e lazer na região sudeste.

#### BASE TECNOLÓGICA:

- Aspectos históricos relacionados ao lazer;
- Introdução, conceituação e tipologias do lazer e do tempo livre associados ao Turismo;
- Conteúdos socioculturais: as funções do lazer na sociedade;
- Espaços e equipamentos de lazer e recreação;
- Recreação para o Turismo: técnicas de animação e recreação e experiências lúdicas a partir dos perfis criança, grupos, família, terceira idade e adolescentes;
- A preparação, o perfil profissional e o Guia de Turismo no contexto da



		<p>integração de grupos por meio de atividades de animação;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planejamento, organização e execução de atividades de animação turística em ônibus, trens, navios, clubes, colônias de férias e meios de hospedagem geral.</li><li>• A inclusão nas atividades de lazer e recreação.</li><li>• As oficinas de lazer e recreação.</li></ul>
--	--	--

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. 8ed., São Paulo: Ática, 1997.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. SÃO PAULO: SENAC, 2001.

BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao estudo de turismo**. 11 ed. Campinas: Papyrus, 2003.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do Turismo**. 3<sup>o</sup> Edição. São Paulo: Aleph, 2001.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

ANSARAH, Marília. Gomes dos Reis. **Turismo e segmentação de mercado**. Rio de Janeiro: Futura, 2000.

CAMARGO, Luiz Otavio de Lima. **O que é Lazer**. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.

COOPER, Chris et al. **Turismo princípios e prática**. Trad. Roberto Cataldo Costa. 2<sup>a</sup>. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e humanização** 3<sup>a</sup> ed. Campinas: Papyrus, 1983.

MIRANDA, Simão. **101 atividades recreativas para grupos em viagem de turismo**. 3<sup>a</sup>ed. Campinas: Papyrus, 2004.

**RECURSOS AMBIENTAIS**

**OBJETIVOS:**

Valorizar as características ambientais da localidade atuando como fomentador do desenvolvimento sustentável do turismo e da hospitalidade.



## EMENTA

- Conceitos de ecologia e educação ambiental.
- Caracterização dos principais ecossistemas brasileiros.
- Caracterização de espécies autóctones da fauna e da flora, com ênfase nas espécies características e/ou endêmicas dos diferentes biomas brasileiros.
- Conceitos de conservação e preservação ambientais.
- Unidades de conservação.
- Análise dos impactos do turismo em relação ao meio ambiente, abordando aspectos referentes à legislação e regulamentação específica.
- Educação ambiental.
- Riquezas naturais em territórios indígenas.

### COMPETÊNCIAS:

- Conhecer os fundamentos de ecologia geral, identificando e caracterizando os diferentes fatores que interferem no equilíbrio ecológico;
- Identificar o indivíduo como integrante de populações, caracterizando sua interação dinâmica na comunidade e no ecossistema;
- Conhecer princípios que regem a preservação dos recursos naturais e os fatores que mantêm a saúde ambiental.

### HABILIDADES:

- Reconhecer a interação e o relacionamento do ser humano com as diversas espécies animais e com os demais componentes do ecossistema.
- Entender os problemas ambientais, dando-lhes a dimensão social e política que realmente possuem.

### BASE TECNOLÓGICA:

- Noções básicas de ecologia;
- Ecossistemas brasileiros;
- Localização e características gerais;
- Unidades de conservação:
  - Tipos e objetivos das unidades de conservação;
- UC's locais, regionais e nacionais.
- Legislação ambiental aplicada.
  - Educação Ambiental.
- Recursos ambientais.
- Turismo sustentável.
- Geologia.
- Ambientes naturais.
- Ambientes mistos (natural/artificial).
- Política nacional do turismo.
- Direito ambiental: política nacional do meio ambiente.
- Turismo como atividade impactante.



### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

BEGON, R.; TOWNSEND, C. M. & HARPER, J. L. &. **Ecologia. De indivíduos a Ecossistemas**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.  
MARGALEF, R. **Ecologia**. Barcelona: Ômega, 1977.  
ODUM, E. & Barret, G. W. **Fundamentos de Ecologia**. 5. ed. São Paulo: Thomson, 2007.  
PINTO-COELHO, R.M. **Fundamentos em Ecologia**. Porto Alegre: Artimed, 2000.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, DOS RECURSOS HÍDRICOS E DA AMAZÔNIA LEGAL, PROGRAMA NACIONAL DO MEIO AMBIENTE. **Os Ecossistemas Brasileiros e os Principais Macro vetores de Desenvolvimento**. Subsídios ao Planejamento da Gestão Ambiental. Brasília-DF. PAX, 1996.

## MARKETING ORGANIZACIONAL

### OBJETIVOS:

Desenvolver o conceito de marketing e identificar as vantagens da adaptação do marketing nas organizações.

### EMENTA

- Conceito e evolução do marketing.
- Análise do mercado e do comportamento dos consumidores.
- Elaboração da estratégia de marketing.

### COMPETÊNCIAS:

- Conhecer, identificar e comparar diversos conceitos do *marketing*.
- Identificar os tipos de *marketing*.
- Elaborar projetos de *marketing*.

### HABILIDADES:

- Avaliar, saber definir e diferenciar as funções dos diferentes conceitos de *marketing* e suas potencialidades.
- Aplicar os conhecimentos de *marketing* no micro e macro ambiente da empresa.

### BASES TECNOLÓGICAS:

- Mercado (externo e interno) - segmentação de mercado.
- Formas de abordagem de mercado.
- Etapas de processo de segmentação, potencial e demanda de mercado.
- Estratégias de posicionamento do mercado.
- Mix de mercado; (4p'S, 4c'S, 4 A'S)
- Público-Alvo.





**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

PILLA, Bianca Smith. **Fundamentos da Administração**. Curitiba: Editora Livro Técnico, 2017.  
DRUCKER, P. F. **Prática de administração de empresas**. Rio Janeiro: Fundo de Cultura, 1989.  
KOONTZ & O'DONNELL. **Princípios de administração**: uma análise das funções administrativas. São Paulo: Pioneira, 1989.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

MOTTA, Fernando C. P. **Teoria geral da administração**: uma introdução. 18. ed. São Paulo: Pioneira, 1994

**COOPERATIVISMO**

**OBJETIVOS:**

Atuar no planejamento financeiro, na organização, na direção, na captação e nos investimentos de recursos financeiros de uma empresa, seja de pequeno, médio ou de grande porte.

**EMENTA**

- Empresas de capital e cooperativas.
- A evolução do conceito de sistemas: do reducionismo e pensamento analítico à incorporação do expansionismo e pensamento sistêmico
- Evolução da doutrina cooperativista.
- Legislação cooperativista.
- Administração em cooperativas.
- Participação e educação do cooperado.
- Controle financeiro de empresas cooperativistas.
- Balanços e demonstrativos.
- Avaliação de eficiência econômica e social da empresa cooperativa.
- Cooperativismo e organização industrial.
- Os processos de decisão nas empresas e nos empreendimentos cooperativos.
- Economia de empresas e estratégias de negócios das empresas cooperativadas.

**COMPETÊNCIAS:**

- Compreender a do problemática planejamento cooperativista.

**HABILIDADES:**

- Elaboração de planejamento cooperativista e a gestão dos recursos de curto, médio e longo prazo

**BASES TECNOLÓGICAS:**

- Os fundamentos do cooperativismo e suas características.



<ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender a necessidade dos métodos de avaliação cooperativista.</li><li>• Identificar os vários métodos de avaliação cooperativista.</li><li>• Analisar os valores provenientes de métodos de avaliação cooperativista.</li></ul>	<p>por meio de análise e interpretação de demonstrativos econômico financeiros, a fim de subsidiar a tomada de decisões que maximizem a geração de valor para a cooperativa e seus cooperados.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• História do Cooperativismo: principais correntes doutrinárias; principais variáveis que contribuíram para a doutrina cooperativa.</li><li>• A estrutura organizacional de uma cooperativa. Funções Administrativas em uma cooperativa.</li><li>• Noções de Legislação Cooperativista.</li><li>• Melhores práticas de Gestão de Cooperativas nas áreas administrativas. Estudos de Caso.</li><li>• As formas de organização cooperativa no agronegócio brasileiro. Visitas Técnicas.</li><li>• Sistemas abertos e fechados.</li><li>• Caracterização dos Sistemas: objetivo, ambiente, recursos, componentes e administração. " A empresa como sistema aberto.</li><li>• Enfoque sistêmico aplicado às empresas cooperativas.</li><li>• Ambiente onde estão imersas as empresas do setor cooperativo.</li></ul>
--	--	--

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

BIALOSKORSKI NETO, S. **Aspectos Econômicos das Cooperativas**. Ed. Mandamentos. São Paulo, 2006.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Manual de gestão das cooperativas: uma abordagem prática**. 4. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.

SACHS, I. **Caminhos para o Desenvolvimento Sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

HEIDEMANN, F. G.; SALM, J. F. **Políticas públicas e desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise**. Brasília: UNB, 2009.

RODRIGUES, R. **Cooperativismo: democracia e paz; surfando a segunda onda**. R. Rodrigues, 2008.



SIMIONI, Flávio José et al. **Lealdade e oportunismo nas cooperativas:** desafios e mudanças na gestão. Rev. Econ. Sociol. Rural [online]. 2009, vol.47, n.3, pp. 739-765. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/resr/v47n3/v47n3a10.pdf>. Acesso em ago./2021.

ZYLBERSTAJN, D. **Organização de Cooperativas:** desafios e Tendências. Revista de Administração, v.29(3): 23-32, 1994. Disponível em: [http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num\\_artigo=345](http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=345). Acesso em ago./2021.

## ECONOMIA

### OBJETIVOS:

Proporcionar que os discentes interpretem e apliquem os conceitos econômicos inerentes à administração de empresas.

### EMENTA

- Introdução à Economia.
- Microeconomia.
- Macroeconomia.
- Sistema econômico
- Economia e seus principais Compartimentos
- Economia pública
- Análise da demanda de mercado
- Análise de oferta de mercado
- Equilíbrio de mercado
- Elasticidades
- Aspectos de atuação do setor público na esfera microeconômica
- Produção
- Estrutura de mercado

### COMPETÊNCIAS:

- Entender a importância da economia.
- Entender a dinâmica dos sistemas e agentes econômicos.
- Reconhecer as diferentes estruturas de mercado.
- Identificar os problemas gerados pela inflação.

### HABILIDADES:

- Estabelecer e identificar os fundamentos históricos da economia.
- Aplicar os conceitos de sistemas econômicos em negociações.
- Reconhecer as estruturas de mercado e sua influência no comércio.

### BASE TECNOLÓGICA:

- Evolução histórica da economia.
- Conceitos fundamentais para a economia.
- Teorias de funcionamento dos mercados (teoria da demanda, teoria da oferta, equilíbrio do mercado).
- A teoria do consumidor.



<ul style="list-style-type: none"><li>• Reconhecer os problemas gerados pela inflação.</li><li>• Identificar os diferentes tipos de empresas e seu enquadramento na estrutura de mercado.</li><li>• Entender as políticas utilizadas pelo governo para controlar as operações econômicas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definir políticas para as empresas a partir do reconhecimento das ações do governo para o controle da economia.</li><li>• Analisar o impacto das operações para o equilíbrio da economia nacional.</li><li>• Adquirir noções sobre o balanço de pagamentos do país, como também a política cambial e o combate à inflação.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estruturas de mercado: concorrência perfeita e monopolística, monopólio e oligopólio.</li><li>• Conceitos e seus desdobramentos em políticas e contabilidade nacional.</li><li>• A inflação, o desemprego e sua problemática relação.</li><li>• O comércio internacional e o balanço de pagamentos.</li></ul>
<p><b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b> FARIA, Luiz Henrique Lima – <b>Fundamentos de Economia</b> – Curitiba, PR – Livro Técnico, 2012. VASCONCELOS, Marco Antonio Sandoval de – <b>Economia: Micro e Macro</b> – 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2011</p> <p><b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b> AMADEO, et al. <b>Distribuição de renda no Brasil</b>. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1991. ROSSETTI, J. P. <b>Introdução à Economia</b>. São Paulo: Atlas, 1991.</p>		

### 3ª Série

## TÉCNICAS DE TRABALHO PARA GUIA DE TURISMO

### OBJETIVOS:

Conhecer as técnicas profissionais de trabalho do guia de turismo regional para recepção, acompanhamento à saída e realização de excursões e afins.

### EMENTA

- Cadeia produtiva do turismo: a importância do relacionamento dos serviços turísticos.
- As características específicas de cada segmento.
- Serviços turísticos, elaboração e implementação de roteiros e narrativas.
- Funções e atribuições do Guia de Turismo.
- Procedimentos de trabalho de Guia.



<b>COMPETÊNCIAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender o ensino teórico ministrado nos diversos componentes curriculares;</li><li>• Aprender e conhecer na prática os relacionamentos dos diversos ramos de turismo e o mercado de trabalho de guia de turismo;</li><li>• Aprender e aplicar normas da ABNT para elaboração de relatório final.</li></ul>	<b>HABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fomentar processos criativos;</li><li>• Elaborar plano de negócio com ferramenta de gestão e organização, analisando recursos físicos, humanos, financeiros e jurídicos, proporcionando uma visão sistêmica para elevar a probabilidade de sucesso;</li><li>• Avaliar oportunidades de negócios, com base no processo criativo e inovador de geração de ideias, analisando a viabilidade mercadológica, econômica e financeira.</li></ul>	<b>BASES TECNOLÓGICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Atividades recreativas, brincadeiras.</li><li>• Atividades lúdicas.</li><li>• Os conceitos de lazer lúdico, recreação e tempo livre.</li><li>• Temáticas transversais, tais como: história e cultura afro-Brasileira, Africana e Indígena.</li><li>• Estatuto do Idoso.</li><li>• Educação Ambiental.</li><li>• Técnicas e práticas de organização e reservas de programas regionais.</li><li>• Tipos de guias.</li><li>• Recepção ao turista.</li><li>• Técnicas, regras e procedimentos de guiamento de turistas, com orientação, assessoria e transmissão de informações.</li><li>• Elaboração de roteiros e pacotes turísticos.</li></ul>
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA:</b> <p>CHIMENTI, S.; TAVARES, A.M. <b>Guia de Turismo: o profissional e a profissão</b>. São Paulo: SENAC São Paulo, 2007.</p> <p>HINTZE, Hélio. <b>Guia de Turismo – Formação e Perfil Profissional</b>. São Paulo: Roca.</p> <p>LIMA, Oberdan Ferreira. <b>Formação do Guia de Turismo</b>. São Paulo: Renovarum, 2002.</p> <b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:</b> <p>AC, <b>Turismo no Brasil</b>: um guia para o guia /Alex Raposo; Márcia Capella; Cláudia Cardoso dos Santos, Rio de Janeiro, 2002. DAVIES, Carlos Alberto.</p>		



### OBJETIVOS:

Aprender a desenvolver uma ideia bem-sucedida, a começar por um plano bem planejado. Direcionar as ações, avaliar cenários e entender possíveis riscos, e claro, tomar decisões mais assertivas e, conseqüentemente, obter melhores resultados.

### EMENTA

- Conceito de Plano de Investimentos;
- A importância de um plano de investimento;
- Como montar um plano de investimento;
- Possibilidades de Carteiras;
- Avaliar e replanejar.

### COMPETÊNCIAS:

- Construir planos de investimentos com metas e prazos bem estabelecidos e segui-los;
- Construir uma carteira de investimentos congruente com o perfil do investidor, com a análise e riscos e objetivos;
- Entender através das contínuas avaliações da carteira de investimentos e, tomar as atitudes necessárias para otimizar a carteira minimizando os erros;
- Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos.

### HABILIDADES:

- Estabelecer metas e criar cronogramas;
- Conhecer as possibilidades para a carteira de investimentos (carteira de *Small Caps*, carteira de *Value Investing*, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira de Previdência Privada, carteira de Fundos Imobiliários e carteiras de Análise Técnica);
- Realizar Avaliações contínuas da carteira de investimentos;
- Entender a relação entre as taxas de juros adotadas no país e a inflação;
- Entender a relação entre as variações das principais

### BASE TECNOLÓGICA:

- Conceito de Plano de Investimentos (objetivos, avaliação de riscos, prazos, Valores);
- A importância de um plano de investimento;
- Como montar um plano de investimento;
- Entenda o perfil do investidor de acordo com seu orçamento pessoal;
- Metas e Cronogramas;
- Carteira de investimentos e a diversificação dos investimentos;
- Análise de riscos;
- Carteira de dividendos, carteira de *Small Caps*, carteira de *Value Investing*, carteira de Ações, carteira de Renda Fixa, carteira por Perfil do Investidor, carteira



	<p>moedas do mundo e a brasileira;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Avaliar as variações econômicas no Brasil e no mundo e relacioná-las ao mercado de investimentos;</li></ul>	<p>de Previdência Privada, carteira de Fundos Imobiliários e carteiras de Análise Técnica.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Avaliação e correção de rotas;</li><li>● Estudos acerca da economia Mundial e suas interferências no Brasil – Variação das taxas de Juros, Inflação, principais moedas e criptomoedas.</li></ul>
--	--	---

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

CERBASI, Gustavo. **Investimentos Inteligentes**, 1. ed. 1999.  
GRAHAM, Benjamin. **O investidor inteligente**. 1. ed. HarperCollins. 2016.  
DAMODARAN, Aswath. **Filosofias de Investimento. Estratégias Bem-Sucedidas e os Investidores**. QualityMark. 2017.  
SILVA, Frederico. **Aprenda a Investir: Do Planejamento À Execução**. Independently Published, 2018.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

MOREAU Pierre, BARTUNEK Florian, NAPOLITANO Giuliana. **Fora da Curva. Os Segredos dos Grandes Investidores do Brasil e o que Você Pode Aprender com Eles**. 1.ed. Portfolio 2016.

**MANIFESTAÇÕES DA CULTURA POPULAR**



### OBJETIVOS:

Entender os significados dos termos cultura e patrimônio cultural e natural, compreender os bens culturais como construções sociais e históricas, reconhecer a diversidade cultural presente na sociedade capixaba.

### EMENTA

- Estudo de aspectos históricos e socioantropológicos de diversas manifestações culturais presentes na sociedade brasileira na contemporaneidade, em especial, na região Sudeste Brasil.
- Diversas manifestações culturais capixabas.
- Patrimônio cultural, memória e identidade e turismo.
- Políticas culturais de preservação, proteção e de conservação de bens culturais.
- Espetacularização e transformação do patrimônio cultural pela hospitalidade.

### COMPETÊNCIAS:

- Reconhecer a diversidade cultural presente na sociedade capixaba;
- Conhecer e/ou reconhecer diferentes configurações culturais significativas para os capixabas e seus usos pela atividade turística;
- Compreender a relação entre bens culturais, memória e identidade e turismo.

### HABILIDADES:

- Estabelecer conceitos de Cultura.
- Conhecer o estudo da cultura popular: folclore, manifestações e costumes regionais.
- Avaliar a importância da arte para o turismo.
- Desenvolver identidade cultural e artística regional do Espírito Santo.
- Conhecer o patrimônio cultural: museus, teatros e acervos.
- Entender o papel dos museus na atualidade.
- Conhecer memória, Espaços Social de Memória e Monumentos;
- Entender a História e Cultura Afro-Brasileira, Africana e Indígena.
- Definir diferentes manifestações artísticas.
- Avaliar manifestação da arte em diversas linguagens.

### BASE TECNOLÓGICA:

- O estudo de manifestações culturais.
- Conceituação de cultura, patrimônio cultural.
- Processo de construção social e histórico de bens culturais.
- Bens culturais imateriais e materiais.
- Políticas de preservação, proteção e de conservação de bens culturais.
- Registro e tombamento de bens culturais materiais e imateriais.
- Bens culturais, memória e identidade.
- Espetacularização e transformação do patrimônio cultural.
- Conhecimento e/ou reconhecimento de bens culturais da região Sudeste do Brasil.
- Patrimônio cultural, turismo e as manifestações da cultura popular.





	Identificar aspectos sociais e arte capixaba.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Patrimônio cultural e museus.</li><li>• Turismo cultural e educação patrimonial.</li><li>• Bens culturais e atividade turística.</li><li>• Festa, artesanato, alimentação e turismo.</li><li>• Estudo de bens culturais do Espírito Santo pela hospitalidade.</li></ul>
--	---	---

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

FUNARI, Pedro Paulo; PELEGRINI, Sandra de Cássia Araújo. **O que é patrimônio cultural imaterial**. São Paulo: Brasiliense, 2008.

GOMES, Denise Maria Cavalcanti. **Turismo e museus**: um potencial a explorar. In: FUNARI, P. Paulo; PINSKY, Jaime (Organização). **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001. p. 25-34

ITANI, Alice. **A festa como fato social**. In: **Festas e calendários**. São Paulo: Editora UNESP, 2003. (Cap. 1, p. 11- 15).

YAZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandra, CRUZ, Rita de Cássia. Organizadores. **Turismo**: espaço, paisagem e cultura. São Paulo, HUCITEC, 1996.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 14 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. **Festa no pedaço**: cultura popular e lazer na cidade. São Paulo: Hucitec/UNESP, 1998.

MOURA, Antônio de Paiva. **Turismo e festas folclóricas no Brasil**. In: FUNARI, P. Paulo; PINSKY, Jaime (Organização). **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001. p. 37-49.

## ECOTURISMO

### OBJETIVOS:

Promover, incentivar e estimular a criação e melhoria da infraestrutura para a atividade de ecoturismo, promovendo o aproveitamento do ecoturismo como veículo de educação ambiental.



### EMENTA

- Conceitos de ecoturismo.
- Patrimônios ambiental e sociocultural.
  
- Turismo em massa e desenvolvimento sustentável.
- Educação ambiental e ecoturismo.
- Tipos de ecoturismo, turismo rural e de aventura.
- Regiões turísticas do Brasil.
- Roteiros turísticos regionais do Espírito Santo.
- Unidades de Conservação, legislação e turismo.
- Impactos do turismo em áreas naturais e seu monitoramento.

#### COMPETÊNCIAS:

- Identificar, selecionar e avaliar espaços e equipamentos para recreação;
- Identificar os principais recursos naturais do Espírito Santo e entorno com potencialidades para uso do ecoturismo;
- Propor alternativas para explorar turisticamente e de forma ambientalmente sustentável os recursos naturais;
- Demonstrar atitudes que contribuam para a preservação ambiental;
- Compreender e aplicar à legislação ambiental do local.

#### HABILIDADES:

- Conhecer os principais instrumentos jurídicos que regem a atividade turística no Brasil e os órgãos encarregados da fiscalização e cumprimento destas normatizações;
  - Desenvolver os seus conhecimentos de forma a tomar atitudes que adequem a prática profissional ao ordenamento jurídico, no que diz respeito às Unidades de Conservação;
  - Avaliar as principais práticas de guiamento em trilhas;
- Elaborar visitas guiadas aos principais pontos de ecoturismo da região e entorno.

#### BASES TECNOLÓGICAS:

- Aspectos históricos e conceituais do Ecoturismo.
- Tipologia: ecoturismo ou turismo ecológico; turismo ambiental ou de natureza; turismo de aventura.
- Impactos ambientais, culturais e socioeconômicos.
- As unidades de conservação.
- O produto ecoturístico; equipamentos e infraestrutura.
- Planejamento dos espaços e atividades.
- Participação da população local (Capixaba).
- Normas Técnicas, aplicação das técnicas elementares de orientação e navegação.
- Liderança de grupos, segurança do cliente, gerenciamento de situação de emergência, apresentação pessoal e postura profissional.



### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

DIAS, R. **Turismo Sustentável e Meio Ambiente**. São Paulo: Ed. Atlas, 2007.  
NEIMAN, Z.; MENDONÇA, R. **Ecoturismo no Brasil**. São Paulo: Ed. Manole. 2005.  
CASTELLANO, E. G.; FIGUEIREDO, R. A.; CARVALHO, C. L. **Eco Turismo e Educação Ambiental – Diálogo e Prática Interdisciplinar**. São Paulo: Ed. RiMa. 2010.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

MACHADO, A. **Ecoturismo, um produto viável – A experiência do Rio Grande do Sul**. São Paulo: Ed. SENAC.  
COSTA, P. C. **Ecoturismo**. Coleção ABC do Turismo. São Paulo: Ed. Aleph, 2002.  
COSTA, N. M. C.; COSTA, V. C.; NEIMAN, Z. **Pelas Trilhas do Ecoturismo**. São Paulo: Ed. RiMa. 2009  
UVINHA, R. R. **Turismo de Aventura: Reflexões e Tendências**. Série Turismo. São Paulo: Ed. Aleph. 2005.  
PIRES, P. S. **Dimensões do Ecoturismo**. São Paulo: Ed. SENAC, 2002.

## **E-COMMERCE**

### **OBJETIVOS:**

Conhecer os conceitos básicos de *e-commerce* e das técnicas de vendas para posicionamento estratégico de uma empresa, seja em ambientes físicos ou virtuais.

### **EMENTA**

- Evolução do Comércio.
- Economia digital.
- Conceito de *e-commerce*.
- Classificação e tipos de *e-commerce*.
- Vantagens do *e-commerce* para os Clientes.
- Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.
- Comportamento do consumidor e mercado.
- Segurança nas Transações de *e-commerce*.
- Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.
- Técnicas de vendas em ambientes virtuais.
- *Business to business (B2B); business-to-consumer (B2C); consumer to consumer (C2C)*.
- *E-Marketing*.
- *Live marketing*.
- Logística aplicada ao *e-commerce*.
- Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.



COMPETÊNCIAS:	HABILIDADES:	BASE TECNOLÓGICA:
<ul style="list-style-type: none"><li>• Compreender os conceitos de e-commerce e e-business.</li><li>• Ser capaz de realizar correto planejamento para posicionamento de uma empresa em quaisquer ambientes (físicos ou virtuais)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conhecer aspectos relacionados à segurança de aplicações comerciais para a Web e oferecer uma visão geral das principais tecnologias usadas no setor.</li><li>• Identificar os principais modelos de negócio utilizados na Internet com e-commerce.</li><li>• Conhecer as melhores práticas do setor de e-commerce.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Histórico e evolução do Comércio até o comércio eletrônico.</li><li>• Economia digital: transformação digital e mudanças econômicas.</li><li>• Conceito de <i>e-commerce</i></li><li>• Classificação e tipos de e-commerce.</li><li>• Vantagens do <i>e-commerce</i> para os Clientes.</li><li>• Construção da Marca e Relacionamento com o Cliente.</li><li>• Comportamento do consumidor e mercado.</li><li>• Segurança nas Transações de <i>e-commerce</i>.</li><li>• Atendimento ao cliente, propaganda, privacidade e segurança na web.</li><li>• Técnicas de vendas em ambientes virtuais.</li><li>• <i>Business to business; business-to-consumer; consumer to consumer.</i></li><li>• <i>E-Marketing.</i></li><li>• <i>Live marketing.</i></li><li>• Logística aplicada ao e-commerce.</li><li>• Legislação sobre o comércio e negócios eletrônicos.</li><li>• Comportamento do consumidor e mercado,</li><li>• Mecanismos de Mercado no Comércio Eletrônico.</li><li>• Tipos de <i>e-commerce</i> e estudo de empresas líderes do setor.</li></ul>



### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

ALBERTIN, Alberto Luiz. **Comércio eletrônico**. 6ed. São Paulo: Atlas, 2010.  
TEIXEIRA FILHO, Jayme. **Comércio Eletrônico**. Editora SENAC.2001.  
NETO, Guedes. NETO, Dorgival. **Sistemas de Comércio Eletrônico**. Rio de Janeiro, Campus. 2002.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

FELIPINI, Dailton. **Empreendedorismo na Internet**. Brasport, 2010.  
GRAHAM, Mark. **Geografias Warped de Desenvolvimento: A Internet e Teorias do Desenvolvimento Econômico**. Geografia Compass, v. 2, n. 3, 2008.  
KOTLER, Philip. **Gestão de Marketing**. Pearson: Prentice-Hall, 2009.  
MILLER, Roger. **O Hoje Legal e E-Commerce Ambiente (Hardcover ed.)**. Thomson Learning, 2002.  
CLAUDIO, Dias. **Usabilidade na WEB**. 2ªEd. Elsevier. 2007

## COMUNICAÇÃO E BRANDING

### OBJETIVOS:

Despertar sensações e criação de conexões fortes, que serão fatores relevantes para a escolha do cliente pela marca no momento de decisão de compra.

### EMENTA

- Sistemas de comunicação
- O gerenciamento (branding) e a comunicação de marcas
- Características de uma marca
- Evolução histórica do Branding
- Identidade visual
- A expressão da marca através de sua programação visual
- Registro de uma marca
- Lei 9.279/96, Lei de Propriedade Industrial
- Gestão e estratégia de marca
- A nova abordagem do storytelling e métricas para a gestão da marca

### COMPETÊNCIAS:

- Planejar, implementar e avaliar estratégias de marcas;

### HABILIDADES:

- Entender as fases de um projeto de marketing voltado para o branding

### BASE TECNOLÓGICA:

- Conceituação e Gestão da Marca
- Os componentes da Marca
- Evolução das Marcas



<ul style="list-style-type: none"><li>• Construir plataforma de marca;</li><li>• Mensurar o brand equity;</li><li>• Entender a experiência de marca;</li><li>• Criar, administrar e posicionar marcas em mercados competitivos;</li><li>• Desenvolver projetos em grupo;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar etapas para construção da identidade visual e verbal da empresa;</li><li>• Definir valores e cultura da empresa;</li><li>• Estabelecer os propósitos, promessa, atributos e posicionamento de marca;</li><li>• Saber utilizar modelos de mensuração e identificar características do <i>brand equity</i>;</li><li>• Identificar os tipos de experiências de marca (<i>brand experience</i>);</li><li>• Utilizar técnica de <i>brand experience</i>;</li><li>• Desenvolver habilidades para trabalhar em equipe como comunicação, proatividade, confiança, capacidade de mediação, empatia, flexibilidade, dentre outras;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diversos conceitos e definições da Marca</li><li>• Propósito e Branding estratégico</li><li>• Arquitetura e Hierarquia das Marcas</li><li>• Tipos de marca (extensões de linha, extensões de marca, multimarcas)</li><li>• Brand Equity</li><li>• Sistema de métricas de gestão do valor da marca</li><li>• Top of mind x Share of time</li><li>• A Marca sonora e olfativa</li><li>• Posicionamento e benefícios da Marca</li><li>• Arquétipos de marca</li><li>• e-Branding</li><li>• Humanização de marcas</li><li>• Design de marcas: Símbolos visuais, iconografia e os protagonistas do regime de visibilidade da marca</li><li>• Ranking das Marcas nacionais e internacionais – <i>Interbrand</i></li></ul>
--	--	---

#### BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

AAKER, David A. **Marcas: brand equity gerenciando o valor da Marca**. Campus, 1998.  
BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. 70, 1977.  
BOONE, Louis E; KURTZ, David L. **Marketing Contemporâneo**. Cengage Learning, 2009.  
KAPFERER, Jean Noel. **As Marcas, capital da empresa: criar e desenvolver marcas fortes**. Bookman, 2003.  
KOTLER, PHILIP. **Administração de marketing**. São Paulo: Atlas 1990  
KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.  
AAKER, DAVID. & JOACHIMSTHALER, ERICH. **Como construir marcas fortes**. SÃO PAULO. FUTURA, 2000. FARINA, Modesto, PEREZ, Clotilde, BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação** – Blucher, 5º ed., 2006  
FONTENELLE, Isleide. **O nome da marca**. São Paulo: Bomtempo, 2002

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

LINNEMAN, R.; STANTON, Jr. J. **Marketing de nichos – uma estratégia vencedora**. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda., 1993.  
MIRSHAWKA, V. **Criando valor para o cliente**. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda., 1993.



RIES, A; TROUT, J. **As 22 consagradas leis do marketing**. São Paulo: Makron Books do Brasil Editora Ltda., 1993.  
\_\_\_\_\_; TROUT, Jack. **Posicionamentos: a batalha por sua mente**. Thompson Learning, 2003.  
TYBOUT, Alice M; CALKINS, TIM. **Branding**. São Paulo: Atlas, 2006.

## LIBRAS

### OBJETIVOS:

Proporcionar aos acadêmicos uma ampla visão e compreensão das técnicas da comunicação em Sinais (LIBRAS), dos processos didático-pedagógicos das diferentes formas de expressões, interpretar as regras básicas com variações.

### EMENTA

- Fundamentos linguísticos e culturais da Língua Brasileira de Sinais.
- Desenvolvimento de habilidades básicas expressivas e receptivas em Libras para promover comunicação entre seus usuários.
- Introdução aos Estudos Surdos.

### COMPETÊNCIAS:

- Aplicar as técnicas para estabelecer comunicação básica através da língua brasileira de sinais
- Conhecer a relevância da necessidade de conhecer a língua brasileira de sinais do ponto de vista da inclusão;
- Reconhecer potencialidades em vendedores conhecedores da língua brasileira de sinais;

### HABILIDADES:

- Conhecer os sinais presentes na língua brasileira de sinais;
- Saber reproduzir os sinais da língua brasileira de sinais;
- Conhecer estratégias para a comunicação básica na língua brasileira de sinais;

### BASES TECNOLÓGICAS:

- Desenvolver as habilidades de recepção e de produção sinalizada, visando às competências linguística, discursiva e sociolinguística na Língua Brasileira de Sinais;
- Propor uma reflexão sobre o conceito e a experiência visual dos surdos a partir de uma perspectiva sociocultural e linguística;
- Propor uma reflexão sobre o papel da Língua de Sinais na vida dos surdos e nos espaços de



		<p>interação entre surdos e ouvintes, particularmente nos ambientes educacionais.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Desenvolver a competência linguística na Língua Brasileira Sinais, em nível básico elementar;</li><li>• Fornecer estratégias para uma comunicação básica de Libras e adequá-las, sempre que possível, às especificidades dos alunos e cursos;</li><li>• Utilizar a Libras com relevância linguística, funcional e cultural;</li><li>• Refletir e discutir sobre a língua em questão e o processo de aprendizagem;</li></ul>
--	--	---

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

FELIPE, Tanya; MONTEIRO, Myrna. **LIBRAS em Contexto: Curso Básico: Livro do aluno**. 5ª edição – Rio de Janeiro: LIBRAS Editora Gráfica, 2007.

GESSER, Audrei. **LIBRAS - Que língua é essa?** 1. ed. Parábola. 2009.

QUADROS, Ronice; KARNOPP, Lodenir. **Língua de sinais brasileira: estudos linguísticos**. 1ª ed. Artmed, 2004.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:**

CAPOVILLA, Fernando César, Raphael, Walkiria Duarte, Mauricio, Aline Cristina L. **NOVO DEIT-LIBRAS: Dicionário Enciclopédico Ilustrado Trilíngue da Língua de Sinais Brasileira**. vol. 1. 2ª ed. Editora EDUSP, 2012.

CAPOVILLA, Fernando César, Raphael, Walkiria Duarte, Mauricio, Aline Cristina L. **NOVO DEIT-LIBRAS: Dicionário Enciclopédico Ilustrado Trilíngue da Língua de Sinais Brasileira**. vol. 2. 2ª ed. Editora EDUSP, 2012.

FLAVIA, Brandão. **Dicionário Ilustrado de LIBRAS - Língua Brasileira de Sinais**. 1ª ed. Global Editora, 2011.

Legislação Brasileira Online e Repositórios Digitais em Geral





GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO  
Secretaria de Estado da Educação  
Subsecretaria de Estado de Educação Básica e Profissional  
Gerência de Ensino Médio

MOURA, Maria Cecília de. **O surdo, Caminhos para uma nova identidade**. Rio de Janeiro. Ed. Revinter, 2000.

STROBEL, Karin. **As imagens do outro sobre a cultura surda**. Florianópolis: Editora UFSC, 2008