



**SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA
REDE MUNICIPAL DE ENSINO
ATIVIDADES PEDAGÓGICAS COMPLEMENTARES**

Escola: _____

Estudante: _____

Componente curricular: Noções Básicas de Turismo

Período: 01/06/2021 a 28/06/2021

Etapa: Ensino Fundamental II

Turma: 8º ano

- As atividades das APCs serão adequadas de acordo com a limitação e necessidade de cada estudante pelo professor (a) de Apoio e Supervisão do Departamento de Coordenação de Educação de Inclusão Social.

CADERNO 4

AULAS 1 e 2 –

Texto: CONCEITO DE MERCADO TURÍSTICO

Segundo Lemos (2001, p. 128), o mercado turístico consiste no “conjunto de relações de troca e de contatos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos”. É um local onde existe oferta e procura para as trocas comerciais. Nesse aspecto não se diferencia do comércio tradicional; por outro lado, há uma diferença no produto, senão vejamos: no comércio tradicional os consumidores compram uma determinada mercadoria num país e poderão levá-la para o seu país de origem; já no turismo o processo ocorre ao contrário, são os consumidores que se deslocam para consumir os produtos oferecidos *in loco*.

Oliveira (2001, p. 64) afirma que o mercado turístico é formado por:

- a) atrativos turísticos:** entendidos como todo o lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-lo;
- b) equipamentos e serviços turísticos:** entendidos como o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento da atividade turística; são constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas;
- c) infraestrutura de apoio turístico:** composta pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que proporciona o deslocamento da atividade turística, tais como: o sistema de comunicação, transportes, serviços urbanos.

A relação de troca e de contato entre os fornecedores e consumidores pode ser dividida em seis etapas, a saber:

- a)** a relação entre os fornecedores e as empresas do setor como, por exemplo, o fornecedor de carnes e um restaurante de hotel;
- b)** a relação entre as operadoras turísticas e os hotéis, as empresas de transportes e outros serviços turísticos;
- c)** a relação entre as operadoras e as agências;
- d)** a relação entre as agências e os turistas;
- e)** a relação entre os turistas e as empresas da localidade receptora;
- f)** a relação direta entre a localidade receptora e as localidades emissoras.

Atividade

1 – Quais são os setores que formam o mercado turístico?

AULAS 3 e 4 –

Texto: CONCEITO DE MERCADO TURÍSTICO

Os mercados consistem em um sistema de informação, possibilitando a agentes econômicos, a produtores e consumidores a tomada de decisões **do que** produzir, **como** produzir e **para quem** produzir determinado produto ou serviço, a fim de que a sociedade alcance as três eficiências: **atributiva, produtiva e distributiva** (BENI, 1998).

De acordo com Balanzá e Nadal (2003, p. 125), o mercado pode ser analisado sob três pontos de vistas diferentes:

- a) do ponto de vista econômico:** que aponta para a oferta e a demanda que coincidem, uma determinada quantidade de mercadoria disponível para compra/venda, em um momento determinado e a fixação de um preço;
- b) do ponto de vista físico:** quando se consideram aqueles lugares onde se realizam as compras/vendas, que podem ser fixas, como a bolsa de valores, mercado central, ou não fixas, como as feiras e congressos;
- c) do ponto de vista do marketing:** que inclui os dois pontos anteriores, enfatizando a importância dos bens e serviços, e, principalmente, das pessoas.

O *marketing* estuda os mercados do ponto de vista dos consumidores, averiguando seus desejos e preferências para satisfazê-los e tratá-los com uma oferta determinada.

Dificilmente a concorrência do mercado turístico é perfeita, por basear-se fortemente em aspectos diferenciais, o que faz com que cada produto turístico se diferencie dos outros, visto que um serviço ou produto oferecido não é exatamente igual a outros, ainda que seja em outra localidade (IGNARRA, 1999).

É fato que, na prática, a atividade turística se restringe muito mais a uma minoria da população no Brasil, a uma camada economicamente favorecida.

Mas isso não inviabiliza a realização de atividades do turismo a uma população menos favorecida que não pode viajar. É possível, com um custo muito mais baixo, desenvolver a prática turística, que pode ser realizada próxima das residências, desde que o governo proporcione os espaços recreativos e equipamentos adequados para tal.

Atividade

1 – A população bonitense tem acesso aos atrativos turísticos do município de forma gratuita? Quais “passeios”?

AULAS 5 e 6 –

- Avaliação Bimestral
- Alunos/as com acesso à internet será pelo Google Formulário através de link fornecido no grupo de whatssap da turma.
- Alunos/as sem acesso à internet será entregue junto com o material impresso do mês de junho.

AULA 7 –

ALFABETO FONÉTICO MUNDIAL

Letra	Palavra - Como se escreve	Pronúncia – Como se lê e fala	Letra	Palavra – Como se escreve	Pronúncia – Como se lê e fala
A	Alfa	Alfa	N	November	November
B	Bravo	Bravo	O	Oscar	Óscar
C	Charlie	Charlie	P	Papa	Papa
D	Delta	Delta	Q	Quebec	Quebec
E	Echo	Eco	R	Romeu	Romeu
F	Foxtrot	Fox	S	Sierra	Siérra
G	Golf	Golf	T	Tango	Tango
H	Hotel	Hotel	U	Uniform	Uniform
I	Índia	Índia	V	Victor	Victor
J	Juliet	Juliet	W	Whiskie	Uisqui
K	Kilo	Kilo	X	X-Ray ou Xadrez	Ex-Rei
L	Lima	Lima	Y	Yankee	Ianqui
M	Mike	Maique	Z	Zulu	Zulu

*****Referência(s): Ed Turismólogo. Alfabeto Fonético no Turismo. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=s6cYBaLXfc>>. Acesso em 17 fev. 2021.

Atividade(s): Consultar a tabela do **Alfabeto Fonético Mundial** e realizar a atividade na apostila conforme o exemplo abaixo, utilizando as palavras **VIAGEM** e **TURISTA**.

Exemplo: **Dielle Perin**

D – Delta	P - Papa
I – Índia	E - Echo
E – Echo	R - Romeu
L – Lima	I - Índia
L – Lima	N - November
E - Echo	