

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE TURISMO

LAYSCE REGINA MARQUES BARROS
LUCYANA DA SILVA ROCHA

TURISMO NA ERA DIGITAL: as mídias sociais como estratégia de mercado

São Luís
2016

**LAYSCE REGINA MARQUES BARROS
LUCYANA DA SILVA ROCHA**

TURISMO NA ERA DIGITAL: as mídias sociais como estratégia de mercado

Trabalho de conclusão de curso apresentado
à Coordenação do Curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão, para a
obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Profa. Dra. Rosélis de Jesus
Barbosa Câmara.

São Luís
2016

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

Rocha, Lucyana da Silva.

Turismo na era digital : as mídias sociais como
estratégia de mercado / Lucyana da Silva Rocha, Laysce
Regina Marques Barros. - 2016.
87 f.

Orientador(a): Rosélis de Jesus Barbosa Câmara.

Curso de Turismo, Universidade Federal do Maranhão, São
Luís, 2016.

1. Estratégia de mercado. 2. Mídias sociais. 3.
Turismo. I. Barros, Laysce Regina Marques. II. Câmara,
Rosélis de Jesus Barbosa. III. Título.

LAYSCE REGINA MARQUES BARROS
LUCYANA DA SILVA ROCHA

TURISMO NA ERA DIGITAL: as mídias sociais como estratégia de mercado

Trabalho de conclusão de curso apresentado
à Coordenação do Curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão, para a
obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Aprovada em: / / 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr^a. Rosélis de Jesus Barbosa Câmara (Orientadora)
Doutora em Linguística e Língua Portuguesa (UNESP/SP)
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Saulo Ribeiro dos Santos (Examinador)
Doutor em Gestão Urbana (PUCPR)
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr^a Rozuíla Neves Lima (Examinador)
Doutora em Letras e Estudos Linguísticos (UNESP)
Universidade Federal do Maranhão

AGRADECIMENTOS

LAYSCE REGINA MARQUES BARROS

Agradeço a Deus primeiramente por estar com saúde, força e fé vendo o meu sonho se concretizar, a minha avó (*in memoriam*) Raimunda Silva Araújo por ter me dado a oportunidade de ser a pessoa que sou hoje, pois me possibilitou estudar em escolas de qualidade, sempre exigindo que eu cumprisse minhas obrigações de estudante acreditando que no futuro serei uma profissional de sucesso, fazendo com que eu chegasse a faculdade e concluísse o curso de turismo no ensino superior.

As minhas tias Cleudes e Creuza Araújo Marques por terem me ajudado a ter sabedoria para fazer as escolhas certas seguindo o caminho rumo ao sucesso, sempre me apoiando nos momentos difíceis ajudando-me muito nos custos de alimentação e transporte durante o período da universidade.

A minha mãe Maria Luiza que com todo carinho sempre teve uma palavra amiga de apoio e prontidão ao meu lado, se preocupando em todos momentos quando pensava em fraquejar diante das dúvidas. As minhas irmãs, em especial a Lene Rose e seus filhos Steven Maichel e Suellen Cristina por me ajudarem disponibilizando seus equipamentos tecnológicos e mais do que isso encorajando-me nessa caminhada, ao meu primo e amigo Gilmar Carneiro que me encorajou com o evento disponibilizando seu tempo no dia do simpósio para preparação do coffee brake e sua mãe Ana tão querida e amiga.

A minha amiga e organizadora do evento Lucyana Rocha por ter aceitado o convite de coordenar este simpósio com muita coragem e responsabilidade pondo em prática tudo que havíamos aprendido na academia finalizando o evento com muito sucesso.

A Wanderson Mendonça que desde o início deste projeto de conclusão do curso estava ao meu lado trocando idéias, Laymss Marinho ex-companheira de trabalho que ao fraquejar com dúvidas sempre tinha uma palavra de apoio e Robert Francis que me incentivava com força e alegria.

A nossa orientadora querida Roselis Câmara por ter nos direcionado com muita atenção e concentração neste projeto, fazendo-nos analisar a importância da execução do trabalho de uma forma responsável e antecipada objetivando as nossas prioridades nos dando um olhar profissional do trabalho através de suas experiências.

Aos meus amigos que comemoraram meu ingresso na faculdade e aos que conheci no curso que estiveram ao meu lado nos bons e maus momentos onde fizemos muitos trabalhos e visitas técnicas juntos, são eles Adriana, Elka Mayana, Andreia, Vauiza Costa, Renan Batista, Alfredo, e Cassio Serra amigo e companheiro que sempre me ajudou a fazer a maioria dos trabalhos acadêmicos digitando-os e formatando-os me dando força quando já estava cansada e sem ânimo para continuar, junto com a sua mãe Graça sempre falando estou aqui pra te ajudar deixando muitas vezes seu notebook para continuar a digitar meus trabalhos.

Meu muito obrigada também a E.J. Labotur que nesses anos me proporcionou uma fase muito produtiva na academia fazendo com que aflorasse em minha vida a postura empresarial.

De forma ampla a todos que me ajudaram direta ou indiretamente nessa minha caminhada rumo ao êxito.

LUCYANA DA SILVA ROCHA

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por me dar esta oportunidade tão valiosa de poder vivenciar este momento sumamente importante para mim, por ter iluminado o meu caminho durante esta caminhada, por seu sustento e por seu amor infinito.

Agradeço ao meu pai Ubaldo Costa Rocha, a minha mãe, Antonina Ribeiro da Silva Rocha e ao meu irmão Daniel da Silva Rocha por toda dedicação sempre, pelo incentivo aos estudos, pelo investimento em minha educação e todo o apoio não só nessa jornada, mas em toda a minha vida.

Agradeço também aos meus familiares, em especial, minhas avós Celina Ribeiro da Silva e Vitória Costa da Rocha aos meus avôs, Algerio Cardoso da Silva (*in memorian*) José Carlos da Costa, por todos os mimos, zelo e incentivo que estes me deram.

Agradeço aos meus tios que por saber a importância da educação sempre me encorajaram a investir na minha e pelo cuidado que sempre tiveram comigo.

A minha tão querida e amada amiga Lidiane Maciel, por sua amizade tão valiosa, por estar sempre ao meu lado, me apoiando constantemente não importa o que aconteça.

Aos meus colegas de curso da turma 2011.2 em especial a Tamires Moura que se tornou uma grande amiga, a qual sempre pude contar com seu apoio e sua preciosa amizade.

Aos meus queridos amigos que conquistei durante a academia, que fizeram essa experiência ser ainda mais enriquecedora. Obrigada por todo apoio mútuo, pelas palavras de incentivo, pelas conversas, brincadeiras e pelos momentos de dificuldades que compartilhamos.

A todos os meus professores do departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão, que para mim são modelos de profissionais, a estes agradeço pela imensa contribuição que foi dada ao logo do curso de Turismo.

Agradeço a EJ Labotur e ao Núcleo de pesquisa e documentação em turismo (NPDTUR), os quais tive a oportunidade de participar, agradeço pela experiência e aprendizado que obtive durante a minha permanência e também as amizades que conquistei durante esse período.

A amiga e também parceira neste projeto Laysce Marques, pelo companheirismo na realização deste projeto, juntas conseguimos superar os obstáculos e dificuldades que apareceram ao longo do caminho.

A minha Orientadora, professora Dr^a. Roselis Barbosa Câmara, pelo apoio, instrução e cobranças sempre visando a melhor execução deste trabalho.

E por fim agradeço a todos que de alguma maneira contribuíram para que eu pudesse alcançar meus objetivos, bem como concretizar a minha tão almejada graduação no curso de Turismo na UFMA.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Cronograma do evento	33
Tabela 2 -	Orçamento do evento	35
Tabela 3 -	Check List da turma de Gestão de Eventos e Cerimonial	43
Tabela 4 -	Recursos Humanos	44

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 -	Satisfação em relação ao evento “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégias de mercado”	37
Gráfico 2 -	Interesse pelo tema	38
Gráfico 3 -	Avaliação do conteúdo/tema dos palestrantes	39
Gráfico 4 -	Avaliação sobre as Informações prestadas antes e durante o evento	39
Gráfico 5 -	Avaliação sobre as inscrições do evento.....	40
Gráfico 6 -	Avaliação sobre a ornamentação do evento	41

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ASCOM	- Assessoria de Comunicação
BICT	- Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia...
CCSO	- Centro de Ciências Sociais
COTUR	- Coordenação de Turismo
DETH	- Departamento de Turismo e Hotelaria
ENE	- Escola de Negócio Excellence
FAMA	- Faculdade Atenas Maranhense
FGV	- Fundação Getúlio Vargas
IBC	- Instituto Brasileiro de Coaching
IEL	- Instituto Euvaldo Lodi
ISAN	- Instituto Superior de Administração e Negócios
MBA	- Master em Business Administration
NPDTUR	- Núcleo de Pesquisa e Documentação em Turismo
PIBIC	- Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica
PUC	- Pontifícia Universidade Católica
TIDD	- Tecnologia da Inteligência e Design Digital
UFMA	- Universidade Federal do Maranhão
ULBRA	- Universidade Luterana Brasileira

RESUMO

Este trabalho teve como principal proposta a realização de um projeto turístico, no formato de evento científico, executado na tipologia de simpósio, tendo como objetivo principal de analisar e discutir sobre as mídias digitais e suas influências na construção de meios para busca de novas ferramentas para o uso no mercado turístico, oportunizando criar debates e propiciar novos conhecimentos para os discentes, tratando de um assunto atual cercado de inovações. A organização deste evento científico originou-se com o propósito de levar a academia uma significativa carga de informação e conhecimentos sobre a evolução tecnológica na área de turismo observando que um mesmo serviço é oferecido por meio de diversos canais de atendimento. O evento teve como título “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” buscou abordar esse tema de uma forma atual e moderna por meio de palestras e cases de profissionais que atuam na área do Turismo entre outras áreas do conhecimento. O evento buscou também mostrar a importância das mídias sociais para a área do turismo levando em consideração a tecnologia e o comportamento atual dos usuários incentivando debates entre discentes e palestrantes sobre o tema. Na composição do projeto foi utilizada a metodologia de pesquisas em livros, sites e redes sociais, empregando pesquisa e em seguida iniciou-se o contato com profissionais da área. Expõe-se neste relatório as informações que conduzem à promoção do **I Simpósio Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado** que ocorreu no dia 06 do mês de dezembro do ano de 2016 nas dependências da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) no auditório do Bloco E no Centro de ciências sociais (CCSO) com o envolvimento de docentes e discentes do curso de Turismo, Hotelaria e cursos afins. O evento contou com a participação direta de profissionais ligados a área de mídias sociais e turismo, possibilitando a entrada dos ouvintes gratuitamente. Ao decorrer das palestras os profissionais comprovaram que há tendências e influências novas no mercado relacionando a grande importância do turismo estar ligado ao marketing digital.

Palavras-Chave: Turismo. Mídias Sociais. Estratégia de Mercado.

ABSTRACT

This work had as main proposal the creation of a tourist project, in the form of scientific event, run in a symposium format, having as main objective to discuss and research on digital media and their influence in building the means to search for new tools for use in the tourist market, providing opportunities to create discussions and propitiate new knowledge to the students, dealing with a current subject surrounded by innovations. The organization of this scientific event was originated with the purpose of bringing the Academy a significant load of information and knowledge about technological evolution in the area of tourism, noting that one same service is offered through various service channels. The event had as title “Tourism in the digital age: the social media as a strategy of market” sought to approach this topic from a current, modern form by means of lectures and cases of professionals working in the area of tourism among other areas of knowledge. This event also sought to show the importance of social media for tourism taking into account technology and current behavior of users by encouraging debates between students and lecturers on the subject. In the composition of this project was used a research methodology based on books, websites and social networks, using research and then began the contact with professionals in the field. This report exposes the information leading to promotion of **I Symposium Tourism in the digital age: the social media as a strategy of market** that took place on 6 December from the year 2016 at the Universidade Federal do Maranhão (UFMA) in the auditorium of Bloco E in the Social Sciences Center (CCSO) with the participation of teachers and students of the course of Tourism, Hospitality and related courses. The event was attended by direct participation of professionals connected to social media and tourism area, allowing the entry of listeners for free. During the lectures the professionals proved that there are new trends and influences in the market relating the big importance of tourism be connected to the digital marketing.

Keywords: Tourism. Social Media. Market Strategy.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	JUSTIFICATIVA	17
3	OBJETIVOS	19
3.1	OBJETIVO GERAL	19
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
4	INDICADORES E METAS	20
5	PRODUTOS	21
6	METODOLOGIA	25
7	ESTRATEGIAS DE MARKETING	27
8	PÚBLICO ALVO	29
9	PARCERIAS	30
10	ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA	31
11	CRONOGRAMA	32
12	ORÇAMENTO DO EVENTO	34
13	RESULTADOS ESPERADOS	35
14	AValiação	36
15	COMPOSIÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA	41
16	IMPLEMENTAÇÃO	44
17	CONCLUSÃO	45
	REFERÊNCIAS	47
	APÊNDICES	48
	ANEXOS	75

1 INTRODUÇÃO

Atualmente a *internet* se tornou poderosa ferramenta de uso cotidiano pelo seu fácil acesso a informações e conteúdos, que juntamente com o surgimento dos *smartphones*, mídias sociais e aplicativos trouxeram novos hábitos para a população que a utiliza.

As expressões ‘redes sociais’ e ‘mídias sócias’ converteram-se em falas comuns para no vocábulo brasileiro já que o uso das tecnologias e da *internet* se tornaram algo constante pela facilidade e rapidez no acesso a informações, transfigurando as mídias em ferramentas populares e importante na comunicação de milhões de usuários que possuem acesso. O,,,

Inúmeras definições são dadas a essas duas expressões, de acordo com a Secretaria de Comunicação (2014, p.8) as redes sociais “são comunidades, redes de relacionamentos, tribo”, assim possuindo relação com a Internet e as ferramentas tecnológicas, já as mídias sociais passam a ser “as plataformas de Internet que facilitam e aceleram a conexão entre as redes (grupos) sociais.”

As mídias sociais passaram a serem consideradas importantes ferramentas de comunicação entre empresas e seus consumidores, a sua boa utilização pode torna-la aliada na estratégia de *marketing*, permitindo uma melhor compreensão de seus clientes e dando mais poder de comunicação por seu baixo custo e facilidade de alcance de usuários.

Estas redes sociais criam uma relação de confiança entre seus membros, com forte impacto nos negócios. Antes de tomar uma decisão, por exemplo, de assistir a um filme, de ir a um restaurante ou de comprar um carro, com frequência as pessoas recorrem às informações que lhes interessam e que já foram compartilhadas por seus pares nas redes sociais. (BUSTAMANTE, 2013, p. 63)

A opinião dos consumidores possui um peso muito grande nas mídias onde a chance de ser visualizado por outros consumidores são enormes e o compartilhamento ocorre de forma rápida, já que estes estão conectados com outros. O *feedback* negativo gerará prejuízo e danos na imagem do produto ou empresa exigindo um posicionamento transparente para contornar a situação, dedicando a valorizar sua imagem incessantemente.

Segundo uma pesquisa realizada pela agência *eMarketer*, empresa especializada em pesquisas envolvendo o mercado digital, o Brasil é o país da América Latina com mais usuários de redes sociais com 93,2 milhões de usuários até o ano de 2016 (FORBIS, 2016, p.1). Esses dados servem para confirmar que a população está cada vez mais adepta da utilização das redes sociais, no Brasil esse cenário não é diferente.

De acordo com a Nanni e Cañete (2010) Apud Veja (2009):

O Brasil congrega na rede todos os meses quase 30 milhões de pessoas. Em função desta explosão de usuários, a discussão sobre como as empresas estão lidando com estes novos processos de relacionamento com o consumidor é relevante, tendo em vista o sucesso que estas redes sociais possuem.

Dessa maneira, a utilização dessas ferramentas não limitou-se somente a pessoas físicas, muitas empresas observando as facilidades e vantagens do uso da tecnologia optaram pela sua utilização de maneira estratégica para alcançar maior público, além do surgimento de empresas estreitamente virtuais.

A Internet promoveu mudanças nas relações, sendo elas sociais ou comerciais. As pessoas passaram a interagir mais em todo mundo. Além de “encurtar” distâncias a Web também desempenhou um novo papel no marketing ao facilitar a promoção da compra e venda de produtos e serviços, a uma clientela interessada na compra eletrônica, ou apenas em busca de informações detalhadas sobre o que almejava adquirir. (GONÇALVES, 2010, p. 2).

A *internet* e principalmente as mídias sociais permitiram aos consumidores uma facilidade na compra e no planejamento das suas viagens, além disso, essa ferramenta permite o conhecimento de novos destinos bem como informações relevantes sobre o mesmo. De acordo com Chias (2007, p.75) “Cada vez mais o turismo será um mercado de compradores com a utilização da tecnologia. Existirão muitas formas por meio das quais o público poderá utilizar o sistema em seu próprio benefício”.

De acordo com essas informações, as mídias sociais se tornaram uma importante ferramenta de auxílio dos turistas, seja no processo de tomada de decisão, no planejamento, na escolha de atrativos e equipamentos, entre outros. Segundo um estudo realizado pelo Ministério do Turismo, 37% dos estrangeiros que visitam o país utiliza a rede como principal fonte de informação para a organização de suas viagens (PORTAL BRASIL, 2015).

Dessa maneira a sua utilização é considerada uma estratégia de marketing bem como um diferencial no alcance de possíveis novos viajantes.

[...] as empresas tiveram que se adaptar às inovações e mudança de comportamento da sociedade e tirar proveito disso para dentro das organizações. A primeira etapa foi o reconhecimento da informação como um capital precioso, geradora de vantagem no mercado. Além disso, percebeu-se que a boa administração dessas informações gera conhecimento, uma ferramenta chave para competitividade efetiva, diferencial e lucratividade nessa nova sociedade. (PINA, 2013, p. 21)

As mídias sociais podem ser utilizadas como uma alternativa para a troca de interação e informações entre empresas e consumidores, outro fator importante é que essa interação acontece em tempo real no qual, as empresas divulgam seus serviços e produtos e os consumidores podem expor suas experiências. Com referência ao turismo, essas experiências podem ser definitivas na escolha de determinadas empresas turísticas e destinos.

A motivação pela escolha do tema abordado no evento se deu com o interesse em compreender a relação entre as mídias sociais e a atividade turística e as vantagens existentes nessa relação. Devido ao seu baixo custo e facilidade de alcance de usuários, as mídias sociais podem ser consideradas aliadas na estratégia de *marketing*.

Desse modo é constante a atuação de empresas de diversos setores, inclusive do setor turístico, que as utilizam como um espaço para disponibilizar diversas informações e serviços aos seus clientes.

Dessa maneira, ficou decidido realizar um projeto turístico em formato de evento, na tipologia de simpósio, que abordasse a importância e vantagem do uso das mídias sociais e tecnologia na atividade turística, debatendo e compreendendo como se comporta o consumidor da era digital sob olhar profissional compartilhado com futuros turismólogos na academia, sendo este realizado no dia 06 (seis) de dezembro de 2016 (dois mil e dezesseis) no auditório do Bloco E, localizado no Centro de Ciências Sociais (CCSO) na Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Ao iniciarmos o planejamento do projeto turístico decidimos organizar um evento científico como atividade de conclusão do curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão. A execução desta ocorreu por meio do Simpósio com o tema “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado”, propondo apresentar aos alunos oportunidade de uma melhor compreensão sobre a correlação entre a atuação das mídias sociais na atividade turística, expondo estratégias que são utilizadas frequentemente para conquistar a atenção dos usuários.

No presente trabalho está contemplado o processo de organização do projeto turístico proposto, contendo informações no que se refere aos objetivos do evento, metodologia, planejamento e sua execução. Inclui ainda a análise dos resultados do questionário de satisfação disponibilizados aos participantes e, em seguida, as considerações finais obtidas com este trabalho.

Houve grande satisfação com os resultados obtidos pela realização deste modelo de conclusão de curso, pois possibilitou minimizar algumas dúvidas dos participantes bem como incentivar discursões referente ao benefício da tecnologia ao turismo, dessa maneira agregando conhecimentos aos participantes, debatendo tema atual, inovador dentro da universidade permitido pela multidisciplinaridade que envolve o turismo como campo de conhecimento, proporcionando nova perspectiva de atividade diferenciada, tornando seus profissionais mais integrados a era digital.

Após a realização do evento foi aplicado questionário de satisfação com o intuito de mensurar as considerações dos participantes entrevistados, observando erros e acertos. A análise foi feita por meio de gráficos sendo que a partir deste foi verificado resultados satisfatório.

2 JUSTIFICATIVA

O crescimento acelerado da tecnologia vem oferecendo muitas vantagens em todos os ramos de atividade e áreas econômicas inclusive no turismo. A Internet compreende-se como ferramenta que propicia informações rápidas com fatores relevantes para realização de viagens a custo baixo otimizando as informações, fazendo com que o turista adquira vantagem e o mercado seja favorecido, e, portanto, a busca de informações acontece por meio de redes sociais, blogs, aplicativos em dispositivos móveis favorecendo a pesquisa tornando-se um dos últimos passos para a realização da compra de uma viagem.

Para Chias (2007, p. 181):

Diversos estudos sociológicos nos mostram que, há anos, vem tomando vulto entre os consumidores uma demanda social ou coletiva crescente de posse ou domínio das tecnologias. Às vezes, é surpreendente a adoção e uso de novas tecnologias, como as de telefonia móvel e computadores, que são um bom referente para compreender a fortaleza dessa demanda.

A proposição em relação ao projeto propôs analisar e discutir na academia coletivamente a influência das mídias sociais correlacionando com o desenvolvimento do turismo destacando algumas influências significativas e vantagens que estas trazem para o mercado.

Os viajantes criam diversas expectativas em relação a diversos lugares, motivados por divulgações feitas por meio de empresas de publicidade e as redes sociais descobrem destinos que jamais sonhavam dentro dessa realidade, segundo Mota (2000, p.153) apud Vassos (1997) “a revolução da tecnologia da informática está causando impacto fundamental e profundo na maneira como as viagens são anunciadas, distribuídas, vendidas e entregue”.

Dessa maneira o turismólogo necessita perceber a importância de se preparar e atentar-se a esta globalização, tendo em vista que o mundo está cada vez mais digital e milhares de usuários se conectam diariamente a essas redes. Trata-se, portanto, de sobrevivência mercadológica.

A escolha do tema para o projeto deu-se por dois fatores, o primeiro é que a *internet* e a tecnologia são assuntos atuais em que observa-se discussão e pesquisa em todos os fóruns do mundo e o segundo é que o turismo por ser multidisciplinar e apresentar grau de importância bem acentuado para a sociedade por mudar a realidade de muitas comunidades, como estudiosos temos que estreitar e direcionar a linha de desenvolvimento do turismo para com a tecnologia e o que suas transformações provocam nos usuários.

No projeto, as mídias sociais tornam-se influentes para o turismo, visto que usufrui muitas formas de tecnologia, visando estudar profundamente este assunto identificamos que há uma via de mão dupla, pois a *internet* propicia muita independência ao consumidor por ser meio divulgador de fácil acesso, no entanto sendo utilizado de forma igual para ambas as partes pode-se tirar proveito destes serviços identificando sua positividade em relação ao setor, viabilizando seu desenvolvimento através das mídias permitindo *feedback* entre usuário e empreendedor.

Gonçalves, Guardia e Guardia (2012, p.8) afirmam que:

Os turistas que antes buscavam informações sobre um destino recorrendo aos agentes de viagem, até mesmo após o surgimento da Internet observaram-nas mídias sociais uma fonte de informação segura, para planejarem suas viagens. Interagindo com outros turistas e comunidade local do destino que pretende visitar, colhendo informações sobre os melhores serviços de hotelaria e restaurante, bem como atrativos turísticos, e equipamentos de lazer.

Diante das pesquisas e estudos pode-se perceber que o turismo se relaciona com as mídias sociais. Estas trabalhando em conjunto resultariam em parcela de resultados positivos para o mercado e oportunidade para a divulgação de novos destinos.

Desta maneira, decidiu-se, portanto trabalhar essa temática com a realização de evento científico, na modalidade de simpósio, cujo tema foi “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” no qual proporcionou a participação de profissionais da área de Turismo e de outras áreas do conhecimento a fim de abordar este tema relativamente novo de forma dinâmica para os participantes transformando o evento em espaço de reflexão e promoção de discussões, além de troca de informações que contribuíssem para o melhor entendimento do tema abordado.

Eventos científicos possuem papel importante visto que possibilitam a transmissão de conhecimentos em diferentes áreas e diferentes temáticas que contribuem para a formação acadêmica dos estudantes. Diante disso a execução deste projeto buscou contribuir na ampliação de conhecimentos de maneira diferenciada, promovendo experiência extracurricular, beneficiando assim a formação intelectual e profissional dos discentes presentes no Simpósio.

3 OBJETIVOS

Alcançar os propósitos de um trabalho requer uma estrutura condizente aos assuntos a serem abordados. Por isso a dinamização de objetivos procura estender a compreensão do tema “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado”.

3.1 OBJETIVO GERAL

Realizar um evento como o tema “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” em formato de simpósio, apontando as oportunidades criadas pela tecnologia para a atividade turística, suas vantagens e os desafios para o mercado turístico resultando na disseminação de novos conhecimentos.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Executar um evento cujo tema possua uma abordagem de forma atual e dinâmica;
- b) Levantar debates sobre as influências e contribuições das mídias sociais no desenvolvimento do mercado turístico;
- c) Incentivar a transmissão de saberes e informações relevantes sobre as oportunidades criadas pelas mídias na indústria turística aos participantes;
- d) Desenvolver explanações a respeito do marketing digital como estratégia diferencial por meio de profissionais da área do turismo e áreas afins;
- e) Realizar um evento que abordasse o tema de forma dinâmica e interativa, estimulando debates de ideias, oportunizando a troca de informações.

4 INDICADORES E METAS

Dentro dos indicadores e metas propostos a ser alcançados pelo evento “Turismos na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” estão:

- a) Realizar um evento científico gratuito com uma programação executada em uma manhã com expectativa de público de 70 (setenta) a 80 (oitenta) participantes;
- b) Alcançar um total de 06 (seis) profissionais que pudessem abordar o tema proposto pelo evento;
- c) Transmitir conhecimento aos 70 (setenta) a 80 (oitenta) participantes em relação a tecnologia e o turismo enfatizando a importância das ferramentas digitais para os profissionais da área e de áreas afins.

5 PRODUTOS

Durante os meses de setembro, outubro e novembro a comissão organizadora estava dedicada na organização e planejamento do Simpósio “Turismo na Era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” com a finalidade de alcançar os objetivos propostos e obter êxito em sua execução.

Freiberger e Oliveira (2012, p. 43) apud Meireles (1999) comentam que:

O planejamento é o fator fundamental ao desenvolvimento de qualquer atividade e, de modo especial, para a organização de eventos, permitindo a racionalização das atividades, o gerenciamento dos recursos disponíveis e a implantação do projeto.

O local escolhido para a realização do evento foi reservado pela comissão organizadora, a partir das 14:00 horas (catorze) do dia anterior ao evento, ou seja, dia 05 (cinco) de dezembro. O espaço estava disponível para a equipe da organização que mostrou atenção especial para a limpeza e estruturação do mesmo. Este momento foi designado também para a decoração do auditório com a intenção de melhorar sua aparência, tornando-o ambiente atrativo aos participantes do evento.

Salienta-se também o cuidado prestado para que se tivessem os materiais e equipamentos que seriam utilizados durante o evento providenciados a fim de minimizar eventuais contratempos durante a realização do Simpósio.

No dia 06 (seis) de dezembro de 2016 (dois mil e dezesseis) dia da execução do projeto, estava presente toda a equipe de apoio devidamente uniformizada com a camisa do evento (APÊNDICE V), como acordado em reunião, e cuja presença da equipe pode-se contar antes do horário previsto para o início do mesmo. O primeiro momento da programação foi o credenciamento. Os participantes preencheram a ficha e receberam um brinde personalizado do evento (APÊNDICE W).

No entanto, logo em seu início tivemos contratempos referentes a atrasos, o que refletiu em toda a sua programação. Outro fator importante mencionar foi o prolongamento da fala de alguns palestrantes, comprometendo assim o discurso de outros. Mesmo com esses percalços, a programação seguiu sem nenhuma alteração.

Referente a cerimônia de abertura (APÊNDICE H) , contou-se com a presença da convidada, a professora Dra. Lindalva Martins Maia Maciel - Diretora de Centro de Ciências Sociais (CCSO), que na ocasião estava representada pelo professor Dr. Saulo Ribeiro Dos Santos, a Professora Mrs. Maria da Graça Reis Cardoso representando o Departamento do

Curso de Turismo e Hotelaria da UFMA, a professora Dra. Rozuíla Neves Lima - Coordenadora em exercício do curso de Turismo da UFMA, a professora Dra. Rosélis de Jesus Barbosa Câmara como orientadora do projeto, e a discente do curso de Turismo, Laysce Regina Marques Barros, membro da comissão organizadora do evento. Para a ordem da chamada foram seguidas e respeitadas as regras protocolares e precedência de cerimonial de evento.

A palestra de abertura da programação foi ministrada pelo professor Dr. Marcio Carneiro dos Santos, Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA) na habilitação de Jornalismo, Mestre em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo. Especialista em *Marketing* pelo Instituto Superior de Administração e Negócios (ISAN/FGV) do Rio de Janeiro, Doutor pelo programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da Pontifícia Universidade Católica (PUC-SP) e Docente do departamento de Comunicação Social que, por sua vez, explanou para os participantes sobre o projeto “Semente Digital” (APÊNDICE I), que consiste em projeto de educação patrimonial. Na ocasião o palestrante levou equipamentos como *tablet* e óculos de realidade aumentada para a interação com os participantes do Simpósio (APÊNDICE J) e (APÊNDICE K).

O projeto tem como objetivo conscientizar as novas gerações da importância da preservação do patrimônio histórico e material de São Luís, por meio da utilização de diferentes tecnologias de imagens e produção de conteúdo audiovisual. No decorrer da palestra, duas monitoras percorriam o auditório com um *tablet* mostrando a realidade aumentada sensibilizando o público sobre a importância da preservação dos casarões coloniais que historicamente sobrevivem ao tempo.

Em seguida, deu-se início a rodada de cases com o tema “Turismo e Mídias Sociais” para o qual foram convidados a contribuir com sua participação: o proprietário da agência SLZ/MA viagens, o senhor Paulo Victor Costa de Mendonça (APÊNDICE L), que possui graduação em Administração pela Faculdade Atenas Maranhense (FAMA); o senhor Christian Nascimento Barros (APÊNDICE M), publicitário, trabalha com marketing e criador do blog de viagens <namochiladochris.com> que compartilha suas experiências em seus canais de conteúdo e também o senhor Leonardo Pinheiro Marques (APÊNDICE N), bacharel em Hotelaria pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Pós-Graduado com MBA em Marketing e Vendas, especialização em Consultoria Empresarial, *Coach* pelo Instituto Brasileiro de *Coaching* (IBC), possuidor de dez anos de experiência em gestão comercial hoteleira. Todos dentro da sua linha de trabalho abordaram a importância das mídias sociais e

digitais em suas experiências bem como para o Turismo, compartilhando suas experiências e o parecer da utilização dessa tecnologia na atividade turística.

A seguinte palestra a ser proferida foi a palestra “Mudanças de Hábito no Turismo - Turismo do Futuro” proferida pela turismóloga Renata Ribeiro Costa (APÊNDICE P), formada em Turismo pela Faculdade Atenas Maranhense (FAMA) e Pós Graduada com MBA em *Marketing* pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), em Gestão de Pessoas pela Escola de Negócio Excellence (ENE), possui 16 (dezesseis) anos de experiência no mercado de trabalho com organização de eventos, assessoria, planejamento público, promoção e divulgação do destino, e nos últimos dois anos atuando como Diretora Administrativa da In Group Negócios e Eventos.

A palestrante convidou o Sr. Felipe Gallego Junges (APÊNDICE O), que possui graduação em Administração e Ciência da Computação pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), possui curso de *Marketing* pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), realiza consultorias em *marketing* digital para empresas de São Luís, Porto Alegre e Florianópolis. O mesmo contribuiu com a abordagem do tema naquele momento.

Dando prosseguimento a programação, foi reservado um momento para o lançamento do *site* oficial do curso de Turismo da UFMA, para o qual foi convidada a discente do curso de Turismo da UFMA, Luzia Vera Brito da Silva (APÊNDICE Q), Bolsista voluntária do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) com o projeto: Estruturação dos serviços e produtos turísticos e desde 2011 (dois mil e onze) trabalha como assistente administrativo no Departamento de Comunicação Social (DCS). A mesma idealizou o *site* do curso e sua criação sob a orientação da professora Dra. Rozuila Neves Lima e a professora Dra. Rosélis de Jesus Barbosa Câmara, além de contar também com a colaboração do discente do curso de Turismo, Felipe Costa, que atuou como programador do *site*.

No momento citado a estudante esclareceu a respeito dos objetivos da criação do *site*, o qual se consiste em dar maior visibilidade ao curso de Turismo da UFMA, a fim de oportunizar maior contribuição tanto pessoal quanto profissional aos estudantes, possibilitado também maior interação entre acadêmicos e professores. O portal será gerenciado pelos próprios estudantes e oferecerá maiores informações a estes.

Ao final de cada palestra, foi entregue certificado aos palestrantes a fim de reconhecer e agradecer a participação de cada conferencista que fez parte da programação do Simpósio “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” (ANEXO K).

Com o término da programação, houve sorteios de brindes para os participantes, o primeiro brinde a ser sorteados foram 03 (três) *pendrives* e, em seguida ocorreu o sorteio do

prêmio mais aguardado, 01 (um) *tablet* (APÊNDICE R) e (APÊNDICE S), encerrando assim a programação do Simpósio “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado”. Após os sorteios os participantes foram convidados a participar do coquetel de encerramento que foi servido do lado de fora do auditório (APÊNDICE T).

6 METODOLOGIA

A realização do projeto deu-se em duas partes. A primeira fase ocorreu no mês de setembro e consistiu na realização de pesquisa, estudo e leitura sobre o tema que pretendia ser abordado. A segunda fase refere ao seu planejamento que se deu nos meses de outubro e novembro e a execução do projeto, neste caso, a realização do Simpósio ‘Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado’ que se realizou no dia 06 (seis) de dezembro, no auditório do Centro de Ciências Sociais (CCSO) sendo, portanto, ambiente disponível para atendimento de forma aberta aos discentes e docentes do curso de Turismo, Hotelaria e demais cursos afins que participaram do evento.

Como já mencionado, a construção do projeto se deu primeiramente a partir de pesquisas bibliográfica em leituras de artigos científicos, revistas, sites, livros, entre outros que tratavam do tema abordado. Este processo deu-se a partir do início do mês de setembro e objetivou buscar fundamentação teórica e contextualização do tema, o que se fez necessário para que a comissão organizadora do evento pudesse entender melhor a relação e influência das mídias sociais com o campo do turismo.

Com relação ao tema e a bibliografia pesquisada, percebeu-se que se tratava de assunto consideravelmente atual, visto ser recentemente sua presença em artigos científicos, teses, site e até mesmo eventos, tornando-se algo comum, chamando atenção assim para as novas tecnologias inseridas cada vez mais em nosso cotidiano e na esfera empreendedora.

Conforme Mota (2001, p.153) ressalta que a era digital traz mudanças revolucionárias na comunicação, ocasionando profundas mudanças comportamentais nos indivíduos, principalmente no que se refere às atitudes de compra e venda dos consumidores.

Já a segunda fase do projeto, consistiu no planejamento do evento. Este processo teve início com a primeira reunião que ocorreu no dia 20 (vinte) de setembro de 2016 (dois mil de dezesseis) juntamente com a professora orientadora (APÊNDICE D), que tinha como intuito a definição de seu tema, o tipo do evento, a programação e a pesquisa de possíveis palestrantes e convidados para colaborar com a realização deste. Foram realizadas outras reuniões nos meses seguintes para definir outros detalhes referentes ao planejamento do evento.

Com parte do evento formatado e a convicção da elaboração de um simpósio, coube ainda a comissão organizadora chegar ao entendimento de profissionais que pudessem abordar o tema principal do evento, para isso foi definido que a partir do dia 10 (dez) de outubro daria início aos contatos com estes. Para tal resultado, contou-se com a contribuição de professores

que por meio de indicações, tornaram-se de grande importância, visto que nesse processo auxiliou para obtenção da listagem de profissionais a serem convidados para as palestras.

Deste modo, realizou-se pesquisa e investigação que juntamente com conversas e indicações se chegassem a profissionais que utilizam e consideram a tecnologia e as mídias sócias como ferramenta relevante tanto no turismo quanto no mercado que pudessem expor aos participantes informações e fatores relevantes da utilização das mídias no turismo e no mercado em geral.

A comissão organizadora entrou em contato com os palestrantes por meio de reuniões, *e-mails*, ligações para apresentar o projeto e o tema abordado a fim de definir a participação destes. Nesta etapa, percebeu-se dificuldade em encontrar profissionais que proferissem palestras e discussões que tivessem como tema principal a relação da atividade turística e as mídias sociais.

A partir do fechamento da programação, a comissão pôde dar seguimento aos outros detalhes da organização do evento como a definição de sua data, entre outros detalhes que garantisse bom desempenho do evento com o intuito de oportunizar evento capaz de superar as expectativas do participante, buscando sua satisfação e que este possa se beneficiar do momento buscando ainda mais conhecimentos.

Após a realização do evento foi disponibilizado questionário (APÊNDICE Z) de caráter avaliativo para os participantes do Simpósio ‘Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado’ para analisar a satisfação destes em relação a realização do evento, tendo como finalidade obter *feedback*. O questionário foi disponibilizado no *site* do curso de Turismo da UFMA < www.turismo.ufma.br > no dia 20 (vinte) de dezembro de 2016 (dois mil e dezesseis), e nesse mesmo espaço era possível ter acesso ao certificado do evento.

7 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Após a decisão da tipologia e o tema do evento, logo veio o interesse de criar a identidade e logomarca para o evento, para que pudesse trazer por meio da imagem a representação necessária de sua temática principal e assim facilitasse na identificação e associação do conteúdo.

Com essa importância, a logomarca (ANEXO A) foi criada pelo publicitário Caio Rodrigues, indicado por amigos e conhecedores da área por seu trabalho eficiente e ao qual foi realizado gratuitamente. Esta se manteve presente nos materiais de divulgação, camisa do evento, brindes para ouvintes, e entre outros. Ainda, cabe saber que após a sua criação, foram produzidos alguns materiais promocionais e de divulgação (ANEXO B) para que se chegasse ao conhecimento dos participantes.

A principal forma de divulgação utilizada pela comissão organizadora foi por meio das mídias sociais que se tornou ferramenta eficiente, com rapidez e de fácil alcance aos seus usuários, segundo Freiburger e Oliveira (2012, p.52) “canal de informações do final da década 90, a Internet é forte aliada no processo de comunicação de evento. A criação de homepage para proceder a inscrições e reservas é um canal facilitador”.

Para facilitar a divulgação foi criada a página no *facebook* (APÊNDICE B) <<https://www.facebook.com/turismonaeradigital>>, na mesma foram publicadas as informações do evento como data, local, horário, além de conter também o *link* de inscrições gratuita que eram realizadas online.

O simpósio foi divulgado também em seu site oficial (ANEXO G) tendo acesso pelo link <turismodigitalemer.wixsite.com/tdigital>, no qual os alunos podiam acessar para buscar maiores informações, o mesmo foi criado pela discente do curso de Hotelaria, Júlia Rodrigues. Na composição do site, podem-se citar os informes sobre o objetivo do evento, sua programação, a comissão organizadora, palestrantes e entre outras, além de também conter o *link* para a realização das inscrições.

A sua divulgação fez-se saber também no site oficial da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), no qual antes foi realizada entrevista com as organizadoras pela Assessoria de Comunicação (ASCOM) sendo disponibilizada no site portais.ufma.br (ANEXO E) no dia 21 (vinte e um) de novembro de 2016 (dois mil e dezesseis). Também foram feitas entrevistas para divulgação na Rádio Universidade FM no dia 23 (vinte e três) de novembro, que disponibilizou o conteúdo tanto na rádio no programa “Acontece na UFMA” transmitido de

segunda a sextas às 07 (sete) horas da manhã como também em seu site oficial <www.universidadefm.ufma.br> (ANEXO F).

Outra ferramenta bastante utilizada na divulgação do evento foi o aplicativo *WhatsApp*, visto que sua usabilidade pelos alunos na troca de mensagens e informações facilitou a comunicação da organização com os participantes. Foram divulgados os materiais e o *link* de inscrição em alguns grupos de turmas, professores entre outros, a fim de alcançar a maior quantidade de participantes mais facilmente.

Mesmo com a facilidade de divulgação das mídias sociais e seu fácil alcance, a equipe realizou também a divulgação nas salas de aula, quando conversou com os alunos a respeito do evento, repassando e reforçando as informações necessárias aos estudantes e fazendo convite especial a estes.

8 PÚBLICO ALVO

As inscrições para o Simpósio ‘Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado’ tiveram início no dia 06 (seis) de novembro de 2016 (dois mil e dezesseis).

Estas foram realizadas de forma *online* e gratuitas, onde eram realizadas por meio de formulário criado pela ferramenta do *Google Docs* (ANEXO A) que permite a criação e compartilhamento *online* de documentos. Este formulário caracteriza-se por ser uma ferramenta facilitadora no controle de processos, o que garantiu ao evento melhor precisão referente ao controle da quantidade de inscrições, o que facilitou o processo.

Durante o planejamento, foi estipulada a participação de 70 (setenta) a 80 (oitenta) ouvintes para o evento, no entanto, houve uma grande procura para participação por parte dos estudantes fazendo com que essa capacidade fosse aumentada para 100 (cem) participantes. As metas de inscrições foram positivamente superadas fazendo com que estas fossem encerradas no dia 23 (vinde e três) de novembro de 2016 (dois mil e dezesseis), com aproximadamente 115 (cento e quinze) inscritos.

Sobre a perspectiva da temática abordada no Simpósio, coube a decisão como principal público alvo, os cursos de Turismo e Hotelaria, no entanto, estudantes de outros cursos que possuíssem interesse no tema poderiam também realizar sua inscrição e assim garantir sua participação no evento. Dessa maneira, constatou-se a participação de diversos cursos dentre eles, pode-se citar: Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia (BICT), Biblioteconomia, Comunicação Social, Administração dentre outros de graduação da UFMA e de outras instituições da cidade.

Assim o Simpósio “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” foi realizado com êxito no dia 06 (seis) de dezembro de 2016 (dois mil e dezesseis) e abrangeu seu público alvo, sendo este constituído de cerca de 100 (cem) ouvintes, em sua maioria discente do curso de Turismo da UFMA, que participaram com suas opiniões e questionamentos oportunos para o desenvolvimento dos conteúdos ministrados pelos profissionais especializados e convidados para encabeçar as temáticas do evento.

9 PARCERIAS

Durante todo o planejamento foi realizada também pesquisas a fim de selecionar empresas que investissem e apoiassem o projeto. O período escolhido para a realização do evento - período fim de ano - foram algumas das dificuldades encontradas por algumas empresas. No entanto, o Simpósio ‘Turismo na Era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado’ possuiu o total de 01 (um) patrocinador e 07 (sete) apoiadores (ANEXO C) e o (ANEXO D).

O evento teve como patrocinador oficial o Sítio do Léo Eventos, cujo proprietário e também acadêmico do curso de Turismo da UFMA, o senhor Leonardo Arcoverde, se propôs ajudar financeiramente o evento. Este recurso financeiro que nos foi oferecido foi sumamente importante para a concretização do simpósio já que foi investido na compra de camisas, aluguel da decoração, brindes para ouvintes entre outros materiais que fizeram necessário para a ocasião.

Dentre os parceiros do evento estão a Universidade Federal do Maranhão, por intermédio da Diretoria de Centro de Ciências sociais, Departamento do curso de Turismo e Hotelaria (DETUH) Coordenação do curso de Turismo (COTUR), cada um em suas instancias, auxiliaram com a sessão de auditório, equipamentos e necessários para a execução do evento. O Núcleo de Pesquisa e Documentação em Turismo (NPDTUR) foi utilizado como secretaria, o qual nos serviu como espaço para reuniões de trabalhos necessários para a realização do evento.

O Instituto Euvaldo Lodi (IEL-MA) nos enviou a palestrante Renata Costa que no dia do evento ministrou a palestra “Mudanças de habito no Turismo - Turismo do Futuro”. O mesmo aconteceu com a agência de viagens Slz/Ma Viagens, no qual seu proprietário se propôs a participar da rodada de *cases* para abordar sobre o marketing digital da empresa.

Outros dois parceiros foram fundamentais para a realização do *Coffee break* do Simpósio. O primeiro, Bambu Bar, nos ofereceu um fardo de refrigerantes e o segundo, a empresa R.M. Costa Suares, que nos ofertou frutas variadas para serem servidas no coquetel de encerramento. Contamos também com a ajuda de familiares que nos doaram materiais e outros alimentos contribuindo assim para o *coffee break* servido no final da programação.

10 ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA

Durante o planejamento a comissão organizadora avaliou a viabilidade econômica do projeto turístico com o intuito de analisar se a execução do mesmo seria viável ou não. Dessa maneira existiu a preocupação em buscar patrocinadores e parceiros que incentivassem este projeto, dando suporte financeiro ao evento. Na busca de apoio decidiu-se encaminhar ofícios (APÊNDICE G) solicitando o auxílio de empresas privadas e em contrapartida teriam a divulgação dos mesmos no evento. No entanto verificou-se pouco interesse por parte das empresas procuradas por conta do período de sua execução, em consequência disso, o evento contou apenas com um patrocinador, sendo este, o Sitio do Leo Eventos, que disponibilizou suporte necessário para a realização do mesmo.

As palestras ministradas durante a programação foi possível pela disponibilidade dos palestrantes que concordaram em abordar a temática de forma gratuita aos ouvintes, colaborando de tal maneira para a realização do Simpósio.

A execução do evento se deu na própria Universidade Federal do Maranhão, a qual nos cedeu um auditório e equipamentos necessários para sua execução que foram solicitados por meio de memorandos. Em referência ao apoio nos recursos humanos tivemos a participação da turma de Gestão de eventos e cerimonial, como já citados neste trabalho, que atuou como parte da equipe dando suporte em determinadas tarefas necessárias.

Deste modo, foram utilizados todos os recursos disponíveis para a melhor execução do Simpósio “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” tornando possível dessa maneira a sua concretização.

11 CRONOGRAMA

Segue em tabela, o cronograma executado para a realização do evento “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado”:

Tabela 1 - Cronograma do evento

ATIVIDADES	2016				2017
	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN
APRESENTAÇÃO DO PROJETO	X				
ORGANIZAÇÃO E PLANEJAMENTO	X	X	X		
INFRAESTRUTURA		X			
RECURSOS HUMANOS			X		
PATROCINADORES		X	X		
DIVULGAÇÃO			X	X	
EXECUÇÃO DO PROJETO				X	
PÓS – EVENTO				X	X
DEPÓSITO DO RELATÓRIO					X
DEFESA DO PROJETO					X

Fonte: Elaborado pelas autoras.

O evento seguiu a programação pré-determinada nas reuniões. Sendo possível vislumbrar abaixo as atividades realizadas durante o evento:

- 08:00h** - Credenciamento
- 08:30h** - Cerimônia de abertura
- 09:00h** - Palestra: Projeto Semente Digital- Professor Dr. Marcio Carneiro
- 10:00h** - Rodada de *case* “Turismo e mídias sociais” - Paulo Vitor (Slz viagens), Christian Barros (Na Mochila do Chris) e Leonardo Marques (LPM Hospitality)
- 11:00h** - Palestra: Mudanças de Habito no Turismo - Turismo do Futuro - Renata Costa
- 11:30h** - Lançamento do site oficial do curso de Turismo - Luzia Vera (graduanda em Turismo- UFMA)
- 12:00h** - Encerramento do evento/ *Coffee Break*

12 ORÇAMENTO DO EVENTO

Segue listada abaixo, a tabela que demonstra o orçamento utilizado para a execução do evento.

Além do apoio e patrocínio recebido para a realização do evento, foi feita uma rifa de uma cesta de chocolate, cujo o propósito era de angariar fundos para custear outras despesas do evento. Toda a renda arrecadada foi utilizada na compra de brindes como *pen drives* e um *tablet*, que foram sorteados aos ouvintes no dia do evento.

Tabela 2 – Orçamento do evento

DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR
Espaço físico	01	Sem custo/ UFMA
Divulgação	-	Sem custo
Equipamento de som	03	Sem custo
Decoração/Ambientação	-	Patrocínio
Brinde para ouvintes (Copos personalizados)	120	Patrocínio
Tablet para sorteio	01	Rifa
Pen drives para sorteio	03	Rifa
Banners	01	Patrocínio
Camisas	18	Patrocínio
Coffe Break	-	Cortesia
VALOR TOTAL	-	-

Fonte: Elaborado pelas autoras.

13 RESULTADOS ESPERADOS

Os resultados esperados com a realização do evento estão listados abaixo, os mesmos estão em consonância com os resultados atingidos com sua execução:

- a) Mostrar aos alunos nova perspectiva na utilização do turismo em colaboração ao uso estratégico das mídias sociais;
- b) Identificar por meio das palestras e debates as principais oportunidades criadas pelas mídias sociais na indústria turística;
- c) Abordar a presença empresarial no meio digital e como usá-la de forma positiva e estratégica por meio das experiências e projetos dos palestrantes;
- d) Executar evento diferencial e criativo com tema atual e com comunicação atualizada;
- e) Realizar evento que beneficiasse a comunidade acadêmica bem como o curso de Turismo da UFMA.

14 AVALIAÇÃO

Como mencionado na metodologia, após a realização do evento, houve a aplicação de um pequeno questionário (APÊNDICE Z), elaborado pela comissão organizadora. No qual os ouvintes colaboraram com seu parecer a fim de analisar se o Simpósio “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” e receber os posicionamentos sobre a boa recepção e satisfação em relação a sua execução por parte daqueles que participaram do mesmo.

No questionário continham perguntas que avaliavam aspectos como a satisfação dos participantes, tema abordado, conteúdos dos palestrantes, informações, inscrições e ornamentação.

A saber, que este questionário ficou disponível no site do curso de Turismo da UFMA, onde os alunos puderam ter acesso tanto ao questionário quanto ao certificado de participação do evento.

Até o fechamento deste relatório, apenas 23 (vinte e três) pessoas haviam respondido o questionário. Após a aplicação realizamos gráficos para que as respostas obtidas fossem melhor analisadas, abaixo os gráficos com suas perguntas e suas respectivas respostas.

Na primeira pergunta sobre “Qual sua satisfação em relação ao evento Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado?” questiona-se a opinião dos participantes a fim de saber sobre sua avaliação.



Gráfico 1: Satisfação em relação ao evento “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado”.

No gráfico 1 podemos perceber que o fator satisfação em relação ao evento, foi bem avaliado pelos participantes já que 78 % (setenta e oito por cento) dos entrevistados atribuiu a nota “muito bom” para este aspecto e 22% (vinte e dois por cento) avaliaram como bom.

Dessa maneira, identificou-se uma grande satisfação dos ouvintes em relação ao evento. Sendo portanto, um ponto positivo para o “Simpósio na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado”.

No segundo questionamento “Você conseguiu manter o interesse pelo tema?”, os resultados obtidos pelos ouvintes foram demonstrados no gráfico seguinte.

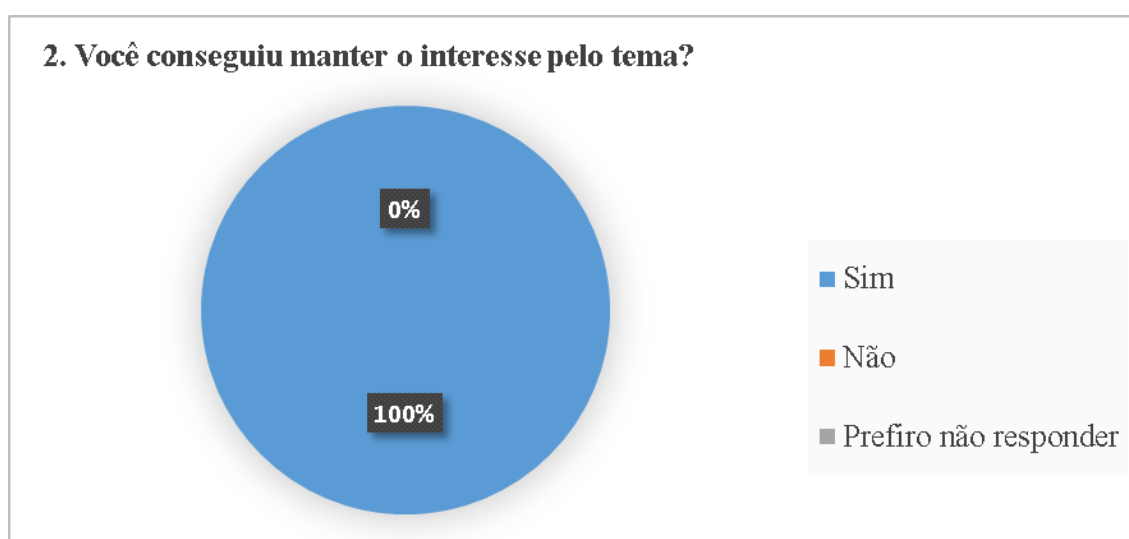


Gráfico2: Interesse pelo tema.

Esta questão abordou a respeito da temática desenvolvida no evento, sendo está muito bem recebida pelo público o qual avaliou com 100% (cem por cento), ou seja, por unanimidade, respondeu de forma positiva no que diz respeito ao interesse pelo tema.

A aceitação do tema é um fator de grande importância, pois comprovou o interesse do público pelo assunto. Dessa maneira a abordagem incentivou a participação dos ouvintes durante a programação.

Assim percebe-se que o objetivo de abordar um tema atual e atrativo oportunizou o estímulo acadêmico pelo fomento do mesmo, o qual criou debates e encorajou a troca de informações desta temática.

Sobre a terceira pergunta “Como avalia o conteúdo/tema dos palestrantes?”, as respostas obtidas do público do evento foram satisfatórias.

3. Como avalia o conteúdo/tema dos palestrantes?

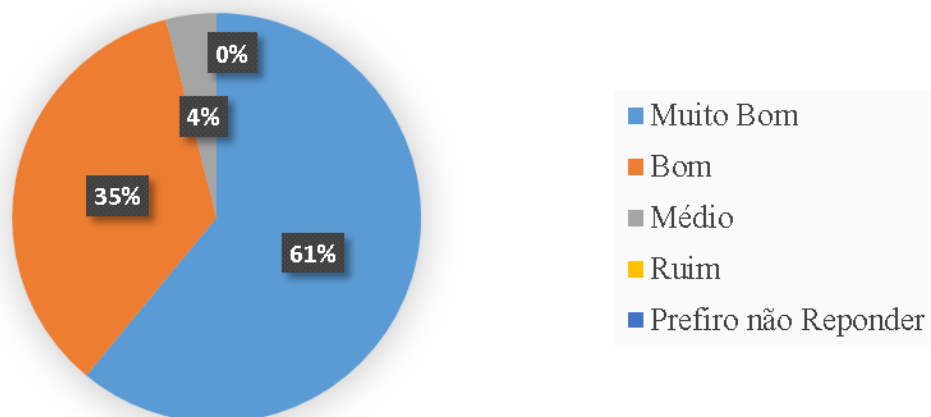


Gráfico3: Avaliação do conteúdo/tema dos palestrantes.

Em relação ao conteúdo/ tema abordado pelos palestrantes dentre os entrevistados 61% (sessenta e um por cento) dos entrevistados responderam como “muito bom”, e 35% (trinta e cinco por cento) responderam como “bom”, e apenas 4% (quatro por cento) avaliaram como mediano a temática escolhida pelos palestrantes.

A partir dessa análise, concluímos que a maioria dos entrevistados classificaram de forma positiva os temas abordados nas palestras do evento.

A quarta pergunta do questionário “Sobre o atendimento prestado antes e durante o evento” que para melhor compreensão fez-se sua apuração sobre três aspectos dentre eles estão: informação, ornamentação e inscrição, como detalhados a seguir:

a) Informações:

4. Sobre o atendimento prestado antes e durante o evento: Informações

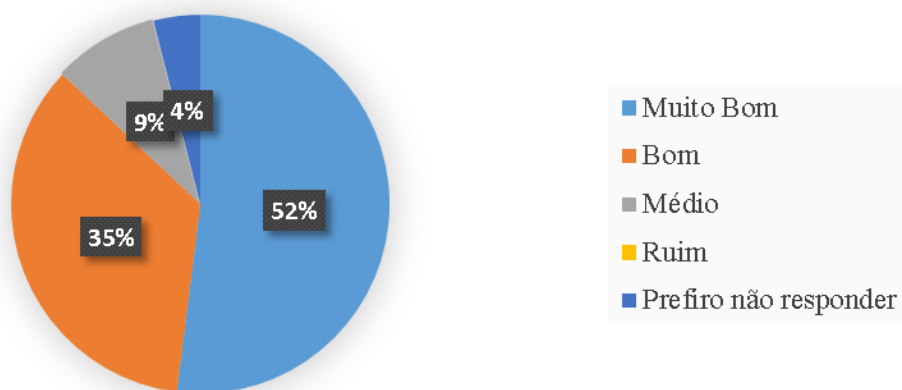


Gráfico 4: Avaliação sobre as Informações prestadas antes e durante o evento.

Em relação ao primeiro gráfico que diz respeito às informações antes e durante o evento notou-se que 52% (cinquenta e dois por cento) dos entrevistados avaliaram como “muito bom” neste quesito, 35% (trinta e cinco por cento) pessoas avaliaram como “bom”, 9% (nove por cento) avaliaram o quesito com nota média e apenas 4% (quatro por cento) preferiram não responder.

A partir das respostas obtidas percebeu-se que foi aceitável, no ponto de vista dos entrevistados em relação às informações, já que a maioria dos participantes em suas respostas definiram de forma positiva as informações trazidas durante a realização do evento.

b) Inscrições:

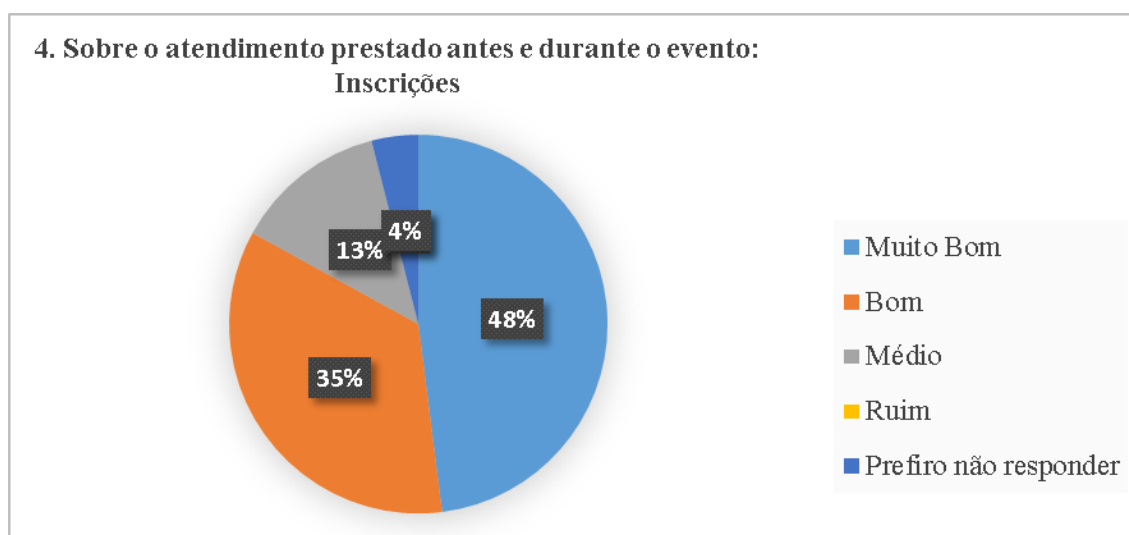


Gráfico 5: Avaliação sobre as inscrições do evento.

No gráfico corresponde sobre as inscrições, notou-se que 48% (quarenta e oito por cento) dos entrevistados avaliaram esse aspecto como “muito bom”, 35% (trinta e cinco por cento) das pessoas avaliaram como “bom” e 13% (treze por cento) deram nota média a esta concepção sendo que 4% (quatro por cento) preferiram não responder.

Neste quesito, procurou-se avaliar se os entrevistados aprovaram o modo pelo qual as inscrições foram realizadas. Coube, portanto, a comissão organizadora a criação de uma maneira precisa e simples de acesso ao público alvo do evento.

De forma que houve as inscrições foram realizadas com sucesso e pode-se perceber que o interesse foi refletido na quantidade de inscrições realizadas no Simpósio, sendo 115 (cento e quinze) inscritos.

c) Ornamentação:

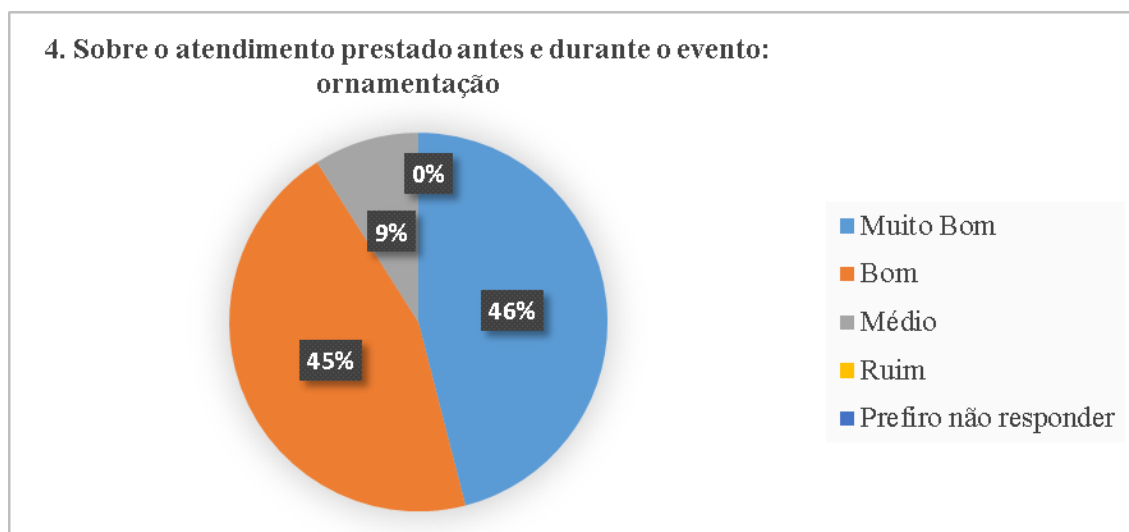


Gráfico 6: Avaliação sobre a Ornamentação do evento.

O gráfico 6, refere-se a ornamentação utilizada no local do evento e para este quesito 46% (quarenta e seis por cento) das pessoas entrevistadas avaliaram como “muito bom” e 45% (quarenta e cinco por cento) avaliaram como “bom”, apenas 9% (nove por cento) avaliaram como “médio”.

A partir desta avaliação, observou-se satisfatoriamente a receptividade dos entrevistados no que diz respeito a iniciativa de criar um espaço diferencial dentro da realidade do evento, tornando um ambiente mais agradável aos participantes.

15 COMPOSIÇÃO DA EQUIPE TÉCNICA

A comissão organizadora foi composta pelas discentes do curso de Turismo da UFMA, Laysce Regina Marques Barros e Lucyana da Silva Rocha que estiveram à frente do processo de planejamento, organização e execução do projeto sob a orientação da professora Doutora Rosélis de Jesus Barbosa Câmara (APÊNDICE U).

Em reunião realizada com a orientadora, foi proposta a participação da turma da disciplina de Gestão de Eventos e Cerimonial ministrada pela mesma, sendo que estes ingressariam como equipe de apoio a comissão organizadora.

Por sua vez, a comissão organizadora com o auxílio de mais pessoas para atuação em recursos humanos, composto por 14 (catorze) discentes que auxiliaram positivamente para a realização do evento na data prevista. Essa decisão colaborou também para descentralização das atividades atribuída as organizadoras. E em contrapartida os alunos receberam parte da nota da disciplina de acordo com seu engajamento e desempenho na organização do evento.

Portanto, no dia 18 (dezoito) de novembro de 2016 (dois mil e dezesseis), foi realizada a primeira reunião com os discentes da disciplina, na qual foi apresentado o projeto e as informações a respeito da elaboração do evento, assim como o andamento e os progressos já obtidos.

Aproveitou-se neste momento para a divisão das tarefas entre os alunos, dividindo-os em comissões, sendo estas: administrativas, orçamento, infraestrutura, patrocínio e marketing. Sendo assim, a presença dos alunos integrando a equipe de apoio proporcionou uma ajuda significativa, já que a partir daí houve uma disposição de atribuições de tarefas de forma benéfica para a realização do evento.

Foi definido que a partir daquela data, todas as terças feiras, dia em que a turma possuía dois horários da disciplina, que a comissão estabelecida encontraria-se juntamente com as organizadoras e a orientadora no último horário para delimitar e analisar o desenvolvimento das atividades e os resultados obtidos com o trabalho da equipe. Sendo a lista definida e representada em forma de tabela para melhor visualização:

Tabela 3 - Chek list da Turma de Gestão de Eventos e Cerimonial

ATIVIDADE	RESPONSÁVEL	FUNÇÃO
EQUIPE PATROCÍNIO	Leonardo Arcoverde	Patrocínio para coffee break e vendas da rifa
MARKETING	Júlia Rodrigues Felipe Costa Edson Morais	Contato dos criadores do aplicativo bumba/ Material de divulgação
EQUIPE ORÇAMENTO	Pryscilla Pérkola Isabely Loiola	Realizar pesquisas de preços e orçamentos para pen drives, tablete e kit para os ouvintes do evento.
EQUIPE INFRAESTRUTURA	Célia Renata Lucas Rocha Claudenice Paiva Claudio Gonzalez	Organização da ambientação do evento /orçamento das camisas e iluminação
EQUIPE ADMINISTRATIVA	Letícia Castro Marcelle Dias Rhaysa Cutrim Isabella	Verificar andamentos e situações de memorandos expedidos

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Consta-se ainda, que os alunos estiveram presentes também na execução do evento onde exerceram tarefas no *staff*, credenciamento, cerimonial e ainda oferecendo o com o suporte necessário durante a realização evento.

Cabe salientar, que por meio da tabela demonstrada, a divisão das equipes foi transcrita de forma que facilite o entendimento:

Tabela 4 - Recursos humanos

RECURSOS HUMANOS		
DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	CUSTO
COMISSÃO ORGANIZADORA	3	SEM CUSTO
EQUIPE DE APOIO	14	SEM CUSTO
PALESTRANTES	6	SEM CUSTO

Fonte: Elaborado pelas autoras

16 IMPLEMENTAÇÃO

A implementação deste projeto se deu por diferentes fases que foram planejadas com a finalidade de obter o melhor resultado na execução do mesmo.

Na primeira reunião foi realizada para analisar o tipo de projeto a ser executado, decidindo assim pela realização de um evento científico, definindo a sua temática a ser abordada. A partir daí foi feito a elaboração do projeto contendo as principais informações com a intenção auxiliar na sistematização da execução das tarefas.

A etapa seguinte consistiu no planejamento e organização, dessa maneira foi a formatação do evento, no qual foi escolhido pela tipologia de simpósio, em seguida foi definido o local o local de sua realização, sendo este o auditório do bloco E, no Centro de Ciências Sociais (CCSO) na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Juntamente com a orientadora foi elaborado o tema do Simpósio, o público alvo e a quantidade de participantes a ser alcançados.

Ainda sobre o processo de planejamento das atividades executadas definiu-se a programação, sendo esta realizada somente pela manhã do dia 06 (seis) de dezembro de 2016 (dois mil e dezesseis). Em seguida foi pensado nos possíveis palestrantes e logo depois foi estabelecido contato com estes a fim de viabilizar participação no Simpósio. Foi enviada uma carta convite a todos para a confirmação da presença (APÊNDICE C). Na seguinte fase a comissão organizadora empenhou-se na captação de patrocinadores e parceiros para obtenção de apoio financeiro.

Criou-se a identidade do evento, materiais de divulgação, bem como ferramentas que auxiliaram na divulgação do Simpósio como o *site*, a página no *facebook*, *email* do evento entre outros, sendo esta uma das mais importantes fases deste evento.

Na seguinte etapa foi realizado um orçamento de aluguel dos materiais utilizados na decoração e ambientação do auditório, outros materiais que também foram orçamentados estão os brindes para o sorteio, brinde para ouvintes, entre outros.

Em seguida foi realizada uma reunião com a turma da disciplina de Gestão de eventos e Cerimonial na qual os alunos formariam uma equipe de apoio para auxiliarem em determinadas tarefas, nesta ocasião foi definida as comissões e o *check list* das tarefas.

A principal fase consistiu na execução do evento. Esta etapa foi fundamentada por todo o planejamento realizado anteriormente, dessa maneira visou desenvolver as atividades programadas para um desempenho satisfatório.

17 CONCLUSÃO

O Simpósio “Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado” buscou a abordagem de um conteúdo inovador, bastante discutido nos tempos atuais referente a presença do turismo no ambiente virtual, expondo aos participantes como essa ferramenta pode auxiliar no crescimento do mercado turístico.

Vale ressaltar, a importância dos eventos científicos como uma fonte de busca e disseminação de novos conhecimentos de diversas áreas e estimulando a troca de experiências. Sendo assim a participação em eventos desse cunho contribui de forma significativa para o desenvolvimento e a formação acadêmica dos estudantes, muitas vezes tornando um diferencial em sua formação profissional. Dessa maneira pensou-se em realizar um evento científico para compreender a relevância de se estabelecer uma investigação sobre as mídias digitais e o turismo.

Na realização deste Simpósio, foi possível contar com a colaboração de profissionais da área do turismo e de outras áreas do conhecimento, sendo estes capacitados e experientes que abordaram e reproduziram diferentes pensamentos, conforme suas distintas atuações e experiências do uso das tecnologias. Deste modo, percebeu-se, a partir das abordagens do evento, as peculiaridades de utilização das mídias digitais em favor da atividade.

O Simpósio despertou um interesse no estudo desta nova perspectiva, fazendo com que os ouvintes tivessem contato com profissionais que lidam e atuam com essas ferramentas proporcionando uma experiência singular com uma abordagem dinâmica, contribuindo assim de forma positiva aos participantes que tiveram a oportunidade de compreender a importância e as estratégias do uso da tecnologia para a atividade turística.

A comissão organizadora obteve êxito em todas as proposições, desde no que se refere ao público alvo, que superou às expectativas, inclusive com a participação de estudantes de áreas afins e outras áreas do conhecimento. Os ouvintes contribuíram com participações em debates, por meio de perguntas e trocas de informações que tornou o momento, um espaço de interação, comunicação e reflexão, contribuindo com a construção de novos conhecimentos.

Outro aspecto a ser mencionado foi o grande interesse em participar do evento por parte dos estudantes, mesmo o evento sendo executado em um período ameaçado por greve, superando assim as expectativas iniciais, já que a quantidade de ouvintes foi satisfatória obtendo consequentemente a ocupação das vagas disponíveis no auditório.

Referente a pauta relacionada às dificuldades verificadas no evento percebeu-se que no decorrer do planejamento, elaboração deste Simpósio houve um significativo contratempo

quanto a captação de patrocínios. Algumas das empresas procuradas alegaram que o mês escolhido para a realização, o mês de dezembro, é um período inoportuno para tal ajuda. Dessa maneira, somente um patrocinador oficial foi alcançado sendo este o Sitio do Leo Eventos, além de outros parceiros que contribuíram significativamente com a realização do Simpósio.

Sobre as demais dificuldades encontradas salienta-se a obtenção de um local para realização do evento que melhor se encaixasse dentro da logística e localização para o público-alvo. Após a reserva do espaço, houve uma atenção especial na decoração e estilização do espaço que se aproximasse da temática e identificação do evento, espaço para a acomodação de todos os participantes, espaço para a oferta de *Coffee Break*, o bom funcionamento dos equipamentos utilizados, entre outros aspectos.

A perspectiva revelada por este Simpósio considerando a dimensão do evento é positiva, já que o nosso objetivo geral e os específicos foram atingidos logo que, com a abordagem do tema escolhido foi possível criar debates, oportunizou a transmissão de saberes, analisou os diversos instrumentos de comunicação digital que se tornam relevantes para o meio acadêmico e profissional.

Ao analisar o Simpósio observou-se que houve um estreitamento de relacionamentos entre organização e o público, verificou a necessidade de realização de mais eventos relacionados a temática proporcionando aos ouvintes que interajam e conheçam diversos estilos de profissionais que asseguram o seu trabalho utilizando as mídias digitais.

Ao avaliar o resultado da pesquisa de satisfação constatou-se o grande interesse na temática do evento iniciando uma discussão de como as mídias digitais podem influenciar o trabalho dos profissionais de turismo, levando em consideração que se vive a era digital, sendo oportuno acompanhar as influências e atuação da tecnologia em nossa vida profissional e pessoal de cada um.

É importante frisar que eventos desse porte e que carrega como objetivos a transmissão de conhecimentos, sobretudo o estímulo ao debate de ideias e a troca de experiências, beneficia de forma positiva a comunidade acadêmica, sendo assim demonstra a relevância desta abordagem a serviço da atualização e formação intelectual dos discentes, deixando dessa maneira um incentivo para a continuidade deste Simpósio tendo em vista os resultados positivos alcançados e as experiências obtidas com a sua realização.

REFERÊNCIAS

BUSTAMANTE, Thiago France; BARRETO, Iná Futino. As mídias sociais como ferramenta de novos negócios e de relacionamento com o cliente: um estudo de com empresa de serviços de telecomunicações. **Revista ADM. MADE**, Rio de Janeiro, ano 13, v.17, n.1, p.60-79, jan./abr., 2013.

CHIAS, Josep. **Turismo, o negócio da felicidade**: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. São Paulo: Editora Senac, 2007.

FORBES. Brasil é o maior usuário de redes sociais da América Latina. Disponível em: <<http://www.forbes.com.br/fotos/2016/06/brasil-e-o-maior-usuario-de-redes-sociais-da-america-latina/>>. Acesso em: 3 set. 2016.

FREIBERGER, Zélia; OLIVEIRA, Marlene de. **Cerimonial, Protocolo e Eventos**. Curitiba, 2012.

GONÇALVES, Marília Barbosa. GUARDIA, Mabel Simone. GUARDIA, Sergio Ramiro. **As mídias sociais no marketing turístico**: um estudo sobre seu uso na promoção do roteiro Seridó. Carpe Diem: revista cultura e científica do Unifacex, v. 10, n. 10, 2012.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

NANNI, Henrique Cesar. CAÑETE, Karla Vaz Siqueira. A importância das redes sociais como vantagem competitiva nos negócios corporativos. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO, 7., 2010. Disponível em: <<http://www.convibra.com.br/inicio.asp?ev=25&lang=pt>>. Acesso em: 23 dez. 2010.

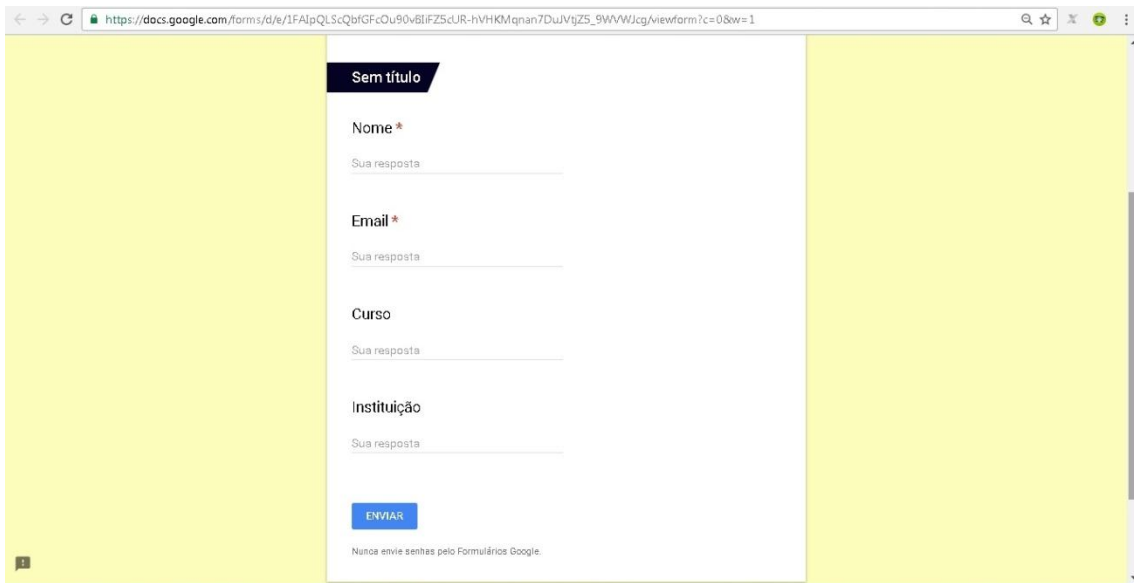
PINA, Karinne Biancamano. **Turismo e internet**: um estudo sobre o uso das mídias sociais em duas agências de turismo da cidade do Rio de Janeiro. 2013. 81f.

Portal Brasil. Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/turismo/2015/03/estudo-mostra-que-redes-sociais-sao-oportunidade-para-o-turismo> >. Acesso em: 30 set. 2016.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Manual de orientação para atuação em mídias sociais**: identidade padrão de comunicação digital do poder executivo federal. versão 2.0 | 12/2014. Disponível em: < <http://secom.gov.br/orientacoes-gerais/comunicacao-digital> >

APÊNDICES

APÊNDICE A - Ficha de inscrição online criada a partir do Google Docs.



The image shows a Google Forms interface in a web browser. The address bar displays the URL: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScQbIGFcOU90v6lIFZScUR-hVHKMqnan7DuJVtjZS_9WVWJcg/viewform?c=0&w=1. The form is titled "Sem título" in a dark blue header. It contains four required text input fields, each labeled with a red asterisk: "Nome", "Email", "Curso", and "Instituição". Each field has a placeholder text "Sua resposta". Below the fields is a blue "ENVIAR" button. At the bottom, there is a small text line: "Nunca envie senhas pelo Formulários Google." The form is set against a light yellow background.

Sem título

Nome *

Sua resposta

Email *

Sua resposta

Curso

Sua resposta

Instituição

Sua resposta

ENVIAR

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

APÊNDICE B - Página no *facebook* criada para auxiliar nas divulgações do evento

The screenshot shows a Facebook page for the event "Turismo na Era Digital: As Mídias Sociais Como Estratégia de Mercado". The page header includes navigation links: Página, Mensagens, Notificações, Informações, Ferramentas de publicação, Configurações, and Ajuda. The main cover photo features the event title, date (06 DE DEZEMBRO 2016), location (AUDITÓRIO DO BLOCO E CCSO), and time (HORÁRIO: DAS 08H AS 12H). It also provides a link for more information and registration: <http://turismodigitalemer.wixsite.com/tdigital>. The left sidebar shows the page name "Turismo na Era Digital: As Mídias Sociais Como Estratégia de Mercado" and the handle @turismonaeradigital. Below this is a menu with options: Página inicial, Publicações, Vídeos, Fotos, Sobre, and Curtidas. The main content area includes a status update prompt "Escreva algo...", a section for "Esta semana" with a "Ver tudo" link, and a right sidebar with a 5.0 star rating for "Ensino superior em São Luís" and a search bar. At the bottom right, there is a notification about a 50% response rate and a 17-hour response time.

Página Mensagens Notificações Informações Ferramentas de publicação Configurações Ajuda

TURISMO NA ERA DIGITAL
AS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE MERCADO

06 DE DEZEMBRO 2016 LOCAL: AUDITÓRIO DO BLOCO E CCSO
HORÁRIO: DAS 08H AS 12H

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES ACESSE O SITE
<http://turismodigitalemer.wixsite.com/tdigital>

Turismo na Era Digital: As Mídias Sociais Como Estratégia de Mercado
@turismonaeradigital

Página inicial
Publicações
Vídeos
Fotos
Sobre
Curtidas

Status Foto/Vídeo Oferta, Evento +

Escreva algo...

Esta semana Ver tudo

7

Enviar mensagem

Ensino superior em São Luís
5.0

Procurar publicações nesta Página

50% de taxa de resposta, tempo de resposta de 17 horas
Responda mais rápido para ativar o atalho

APÊNDICE C – Modelo de Carta convite enviado aos palestrantes

**I Simpósio Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado****CARTA CONVITE**

São Luís, xx de novembro, de xx.

Ilmo Sr

XXXX,

A Comissão Organizadora **I Simpósio Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado** tem a honra de convidar V. S^a para participar desta edição do evento que será realizada no dia **06 de dezembro de 2016**, na Universidade Federal do Maranhão – UFMA, com abertura às 08:00 da manhã.

O evento contará com a participação de profissionais de Turismo e de outras áreas do conhecimento para juntos discutirmos sobre a temática e sua relevância na contemporaneidade.

Indicamos sua participação para a *palestra* com o tema xxx, no dia **06 de dezembro de 2016**, das xxx com duração de xx minutos.

A Comissão Organizadora espera contar com sua presença e se coloca à disposição para eventuais dúvidas.

Atenciosamente,

Laysce Marques

Laysce Regina Marques
Coordenadora do Evento

Lucyana Rocha

Lucyana da Silva Rocha
Coordenadora do Evento

Contatos:**• Fones:**

Laysce Marques- (98) 987434135

Lucyana Rocha - (98) 988484810

Email do evento: turismonaeradigital@gmail.com

APÊNDICE D – Reunião com a comissão organizadora



APÊNDICE E - Entrevista na Rádio Universidade FM



APÊNDICE F – Entrevista com a Professora Dra. Roselis de Jesus Barbora Câmara, Orientadora do projeto.



APÊNDICE G - Modelo de Ofício



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

São Luís, ____ de ____ de 2016.

OFÍCIO S/N 2016

Para:

ASSUNTO: Solicitação de Apoio

Prezado (a) Senhor (a),

Desejamos pelo presente expor e solicitar a Vossa Senhoria apoio para o evento *"Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado"*. O evento será realizado no dia 06 de dezembro de 2016, às 08:00 horas na Universidade Federal do Maranhão, o mesmo sendo realizado como trabalho de conclusão do Curso de Turismo.

Sirvo do presente para solicitar:

Certas de que poderemos contar com seu importante apoio, nos colocamos à disposição.

Atenciosamente,

Laysce Regina Marques

Graduanda

Lucyana da Silva Rocha

Graduanda

Profª Drª. Rosélis de Jesus B. Câmara

Professora-orientadora

Contatos:

(98) 987434135

(98) 988484810

Avenida dos Portugueses, s/n - Campus Universitário do Bacanga - Centro de Ciências Sociais (CCSO).

APÊNDICE H - Cerimônia de abertura



APÊNDICE I - Palestra como Professor Dr. Marcio Carneiro



APÊNDICE J - Interação com os ouvintes na palestra “Semente Digital”



APÊNDICE K - Interação com os ouvintes na palestra “Semente Digital”



APÊNDICE L - Palestrante Paulo Victor na rodada de cases “Turismo e mídias sociais”



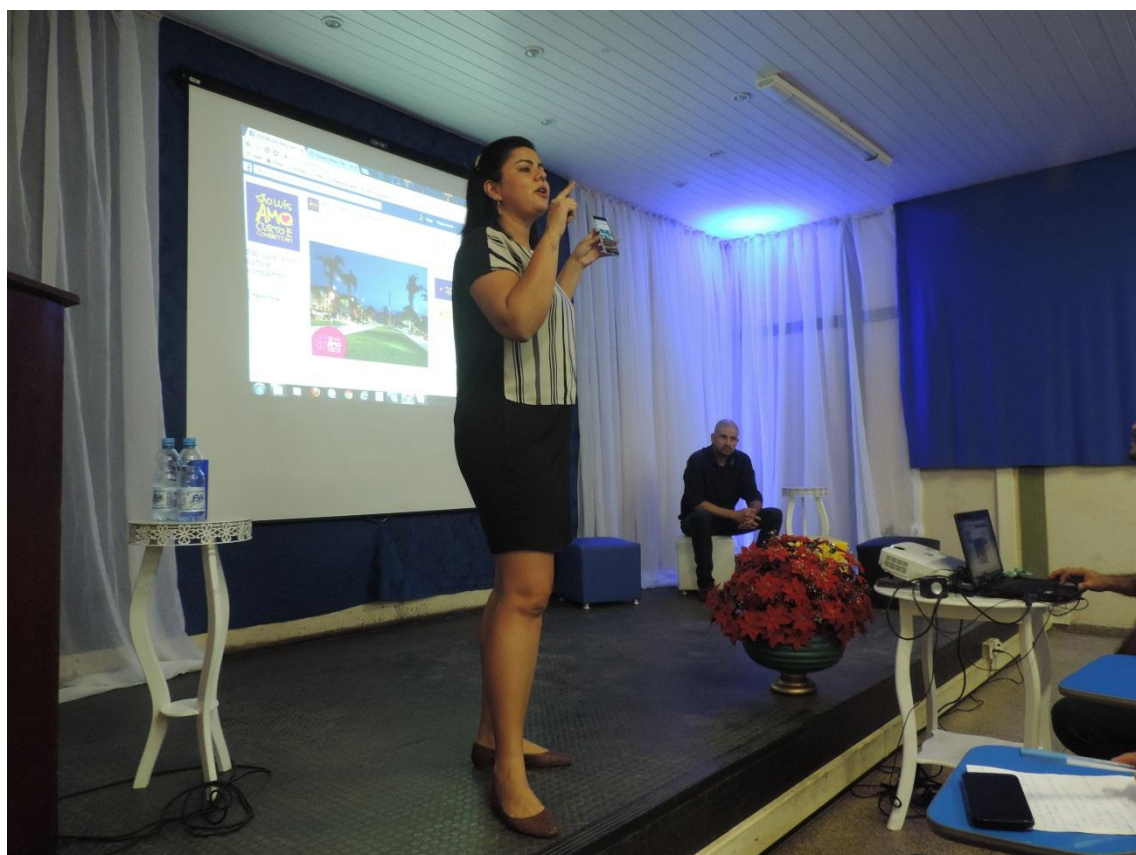
APÊNDICE M - Palestrante Christian Nascimento na rodada de cases “Turismo e mídias”



APÊNDICE N - Palestrante Leonardo Marques na rodada de cases “Turismo e mídias”



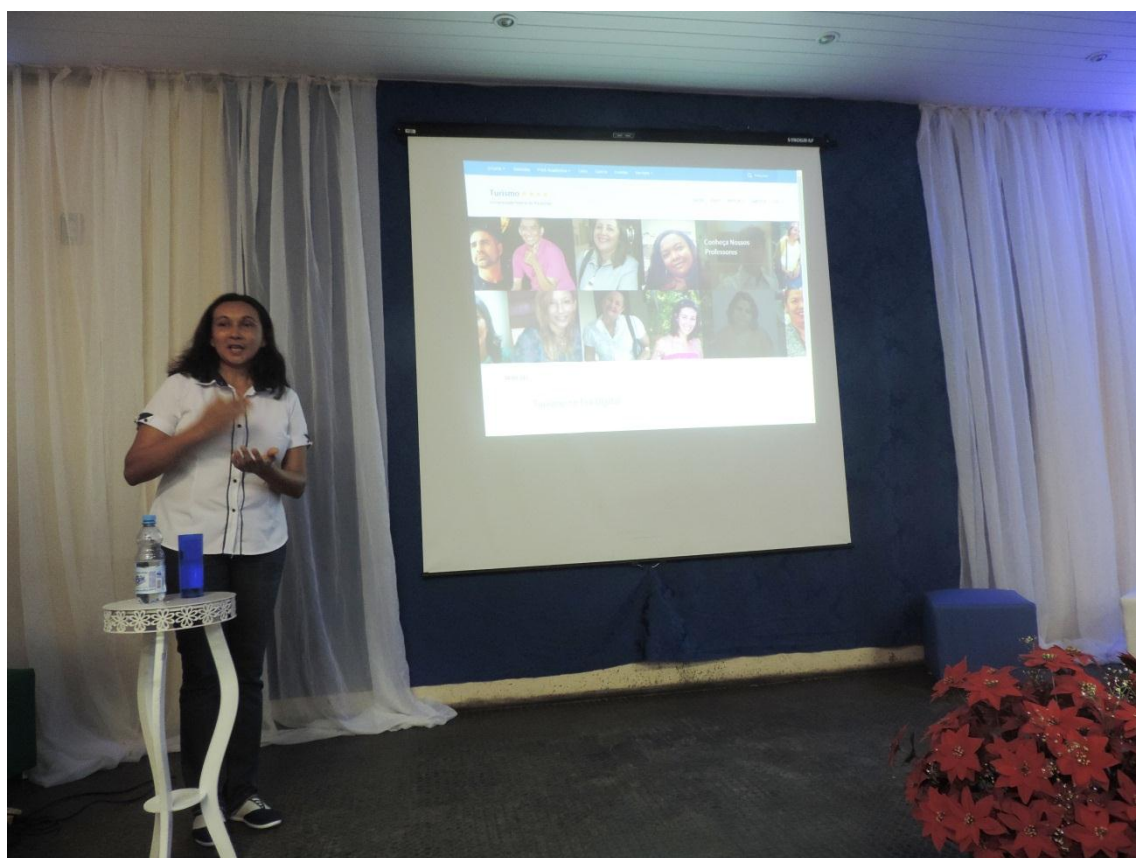
APÊNDICE P - Palestrante Renata Costa



APÊNDICE O - Momento de fala com Felipe Gallego Junges, convidado pela Renata Costa



APÊNDICE Q - Lançamento do site do curso de Turismo apresentado pela Discente Luzia Vera



APÊNDICE R – Sorteio de brindes



APÊNDICE S – Sorteio de brindes



APÊNDICE T – *Coffee break*



APÊNDICE U - Comissão Organizadora



APÊNDICE V - Comissão Organizadora e equipe de apoio



APÊNDICE W - Brindes para ouvintes



APÊNDICE X - Ouvintes



APÊNDICE Y – Banner



APÊNDICE Z – Questionário de satisfação

Qual sua satisfação em relação ao evento **TURISMO NA ERA DIGITAL**?

- ☐ Muito Bom
- ☐ Bom
- ☐ Médio
- ☐ Ruim
- ☐ Prefiro não responder

Você conseguiu manter o interesse pelo tema?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Prefiro não responder

Como avalia o conteúdo/tema dos palestrantes?

- ☐ Muito Bom
- ☐ Bom
- ☐ Médio
- ☐ Ruim
- ☐ Prefiro não responder

Sobre o atendimento prestado antes e durante o evento

Informações:

- ☐ Muito Bom
- ☐ Bom
- ☐ Médio
- ☐ Ruim
- ☐ Prefiro não responder

Inscrições:

- ☐ Muito Bom
- ☐ Bom
- ☐ Médio
- ☐ Ruim
- ☐ Prefiro não responder

Ornamentação:

- ☐ Muito Bom
- ☐ Bom
- ☐ Médio
- ☐ Ruim
- ☐ Prefiro não responder

Enviar

ANEXOS

ANEXO A – Logomarca do evento, elaborada por Caio Rodrigues



ANEXO B – Material de divulgação do evento, elaborada por Júlia Rodrigues



ANEXO C - Patrocinador oficial do evento

ANEXO D – Parceiros do Evento



ANEXO E - Divulgação no site da UFMA

← → ↻ portais.ufma.br/PortalUfma/paginas/noticias/noticia.jsf?id=48799 ☆

UNIVERSIDADE ^
 Institucional
 Pró-Reitorias
 Unidades Acadêmicas
 Unidades Suplementares
 Conselho Superior
 Câmpus

ENSINO v
PESQUISA v
EXTENSÃO v
INTERNACIONALIZAÇÃO v
TRANSPARÊNCIA v
SERVIÇOS AO CIDADÃO v

Estão abertas as inscrições para o I Simpósio: Turismo na Era Digital

Publicado em: 21/11/2016

SÃO LUÍS – As mídias sociais como estratégia de mercado. Este é o tema do I Simpósio: Turismo na Era Digital que acontecerá no dia 6, no auditório do bloco E, do Centro de Ciências Sociais, das 08 às 12 horas.

O evento, organizado pelas estudantes Laysce Marques e Lucyana Rocha, conta com o apoio da coordenação e do departamento de Turismo, e é destinado a estudantes do curso de Turismo e Hotelaria, com o objetivo debater, por meio de palestras, as influências e contribuições das mídias sociais no desenvolvimento do mercado turístico, além de explanações a respeito do marketing digital por meio das mídias e das tecnologias como estratégia diferencial na busca pela excelência.

Os interessados devem se inscrever gratuitamente **clicando aqui**. As vagas são limitadas. Os participantes receberão, por e-mail, um certificado de 4 horas.

Para saber e acompanhar a programação do evento, **acesse o site**.

Quer ver uma iniciativa bacana do seu curso divulgada na página oficial da UFMA? Envie informações à Ascom por WhatsApp (98) 98408-8434.

Siga a UFMA nas redes sociais: **Twitter, Facebook, Instagram, YouTube e RadioTube**

Produção: Rosana de Oliveira
Revisão: Patrícia Santos

Lugar: Cidade Universitária Dom Delgado
Fonte: Suellen Sullivan
Última alteração em: 23/11/2016 16:01

← → ↻ portais.ufma.br/PortalUfma/index.jsf ☆

UNIVERSIDADE ^
 Institucional
 Pró-Reitorias
 Unidades Acadêmicas
 Unidades Suplementares
 Conselho Superior
 Câmpus

ENSINO v
PESQUISA v
EXTENSÃO v
INTERNACIONALIZAÇÃO v
TRANSPARÊNCIA v
SERVIÇOS AO CIDADÃO v

Acesso Rápido

Q Processos Biblioteca E-mail Telefones Restaurante Calendário Acadêmico
 SISU/UFMA SIGAA SIPAC SIGRH Ouvidoria Concursos e Seletivos



TURISMO NA ERA DIGITAL
 AS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE MERCADO

06 DE DEZEMBRO 2016 LOCAL: AUDITÓRIO DO BLOCO E CCSO
 HORÁRIO: DAS 08H AS 12H

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES ACESSE O SITE
<http://turismodigitalemer.wixsite.com/tdigital>

Notícias

28/11/2016 14:20 Centro de Desenvolvimento de Pesquisas em Políticas de Esporte e Lazer é inaugurado na UFMA	28/11/2016 12:00 Simpósio analisa histórico de tratamento da hanseníase e novas perspectivas para a prevenção	27/11/2016 11:58 OBITUÁRIO: José de Ribamar Pereira, do Departamento de Física
--	---	--

ANEXO F- Divulgação no site da Rádio Universidade FM

www.universidadefm.ufma.br/jornalismo106/acontecenaufma/i-simpósio-turismo-na-era-digital/



I Simpósio "Turismo na Era Digital"

BY JORNALISMO 106 ON 29 DE NOVEMBRO DE 2016
ACONTECE NA UFMA, EMPRESA EM AÇÃO, JORNAL RÁDIO UNIVERSIDADE, RÁDIO OPINIÃO, VIRTUALIZE

Com **Laysce Marques** e **Luciana Rocha**, estudantes do **Curso de Turismo** da **Universidade Federal do Maranhão** e integrantes da comissão organizadora do **I Simpósio "Turismo na Era Digital"**

00:00 12:18

TOP 106

"Dani Black - Maior feat. Milton Nasci..."
00:00 00:00

1. "Dani Black - Maior feat. Milton Nasci..." 6:07
2. "Feliz e Ponto" - SILVA 2:37
3. "Cariolina - Latinoamericano" 3:35
4. "Amel Te Ver" - TIAGO IORC 4:23
5. "Pitty - Dê Um Rolê (Ao Vivo)" 4:34
6. "Roda-Gigante - Biquini Cavado" 4:03
7. "Na Rua, Na Chuva, Na Fazenda" - FREIAT 3:27
8. "Carlínhos Brown - Gente Singular" 4:05
9. "FLOR DE TANGERINA - ALCEU VALENÇA" 2:57
10. "CLAREOU" - DIOGO NOGUEIRA 3:49

www.universidadefm.ufma.br/jornalismo106/acontecenaufma/curso-de-turismo-da-ufma-promove-o-i-simpósio-turismo-na-era-digital-as-mídias-sociais-como-estratégia-de-mercado



Curso de Turismo da UFMA promove o I Simpósio "Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado"

BY JORNALISMO 106 ON 28 DE NOVEMBRO DE 2016
ACONTECE NA UFMA, EMPRESA EM AÇÃO

Reportagem de **Joelma Baldez**

00:00 00:00

TOP 106

"Na Rua, Na Chuva, Na Fazenda"
Rock In Rio Box Brasil 30 Anos
00:00 00:00

1. "Na Rua, Na Chuva, Na Fazenda" - FREIAT 3:27
2. "Dani Black - Maior feat. Milton Nasci..." 6:07
3. "Carlínhos Brown - Gente Singular" 4:05
4. "Amel Te Ver" - TIAGO IORC 4:23
5. "Sem medo, nem esperança" - GAL COSTA 3:24
6. "Pra valer" - JORGE VERCILLO 4:48
7. "Cool Kids" - ECHOSMITH 3:58
8. "CLAREOU" - DIOGO NOGUEIRA 3:49

PROGRAMAÇÃO DO OUVINTE

ANEXO G - Site oficial do evento





TURISMO NA ERA DIGITAL

as mídias sociais como estratégia de mercado

DIA 06 DE DEZEMBRO DE 2016 / AUDITÓRIO DO BLOCO E - CCSO, DAS 08H AS 12H

INÍCIO

SOBRE

PROGRAMAÇÃO

PALESTRANTES

GALERIA

COMISSÃO ORGANIZADORA

CONTATO

PROGRAMAÇÃO

TERÇA-FEIRA, 06 DE DEZEMBRO

08:00 - Credenciamento

08:30 - Cerimônia de abertura

09:00 - Palestra - Projeto Semente Digital.
Palestrante Prof. Dr. Márcio Carneiro
Doutor pelo programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da PUC-SP.

10:00 - Cases

- Na mochila do Chris
Publicitário e proprietário do blog namochiladochris onde relata suas viagens.
- Leonardo Marques
Consultor de Hotéis, proprietário da LDM Hospitality

11:00 - Palestra
Palestrante Renata Costa
Bacharel em Turismo, MBA em Marketing e Gestão de Pessoas

11:30 - Lançamento do Guia Oficial de eventos da UFMA

turismodigitalemer.wixsite.com/tdigital/programacao

Este site foi criado por WIX.com. Crie seu site GRÁTIS >>



TURISMO NA ERA DIGITAL

as mídias sociais como estratégia de mercado

DIA 06 DE DEZEMBRO DE 2016 / AUDITÓRIO DO BLOCO E - CCSO, DAS 08H AS 12H

INÍCIO

SOBRE

PROGRAMAÇÃO

PALESTRANTES

GALERIA

COMISSÃO ORGANIZADORA

CONTATO

PALESTRANTES



MÁRCIO CARNEIRO
Bolsista de Produtividade DT-II do CNPq, Doutor pelo programa de Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) da PUC-SP. Estágio de Pós-Doutorado na UNB na linha de pesquisa Teorias e Tecnologias da Comunicação. Mestre em Comunicação pela Universidade Anhembi Morumbi - São Paulo. Especialista em Marketing pelo ISAN/FGV-Rio. Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Maranhão.



CHRIS
Christian Barros, publicitário, 23 anos, trabalha com marketing e criador do blog de viagens namochiladochris.com. Uniu seu conhecimento em redes sociais com a paixão por viajar, e tomou a decisão de compartilhar suas experiências em seus canais de conteúdo.



LEO MARQUES
Bacharel em Hotelaria pela UFMA, Gestor Comercial pelo Senac e Sebrae, Vendedor certificado pela VendaMais, Pós-Graduado com MBA em Marketing e Vendas e Especialização em Consultoria Empresarial. Coach pelo IBC | Instituto Brasileiro de Coaching, onde também se formou como analista comportamental. Dez anos de experiência em gestão comercial, hoteleira, passando por empresas como Azor Hotel, Atlântica Hotel.



RENATA COSTA
Formada em Turismo pela FAMA e Pós-Graduada com MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, em Gestão de Pessoas pela ENE. Formação Internacional em Coach pelo ICI, Instituto Arina Davis - Pensamento e Ação, com 16 anos de experiência no mercado de trabalho com organização de eventos, assessoria, planejamento público, promoção e divulgação do destino, como gestora de ensino e nos últimos dois anos.



LUZIA VERA
Graduada em Turismo e Bolsista voluntária do PIBIC com o projeto: Estruturação dos serviços e produtos turísticos a partir da metodologia desenvolver - nos núcleos turísticos de Barreirinhas - MA, do curso de turismo com a Profª Rozalia. Participante do projeto Perfil e trajetória do aluno egresso dos cursos de Relações Públicas, Jornalismo e Rádio e Televisão. Com Prof. Dr. Silvio Rosário. (Desenvolvimento de

Este site foi criado por WIX.com. Crie seu site GRÁTIS >>

ANEXO H - Divulgação no site do Imirante.com

The screenshot shows the top of the Imirante.com website. The header is orange with the 'NA MIRA' logo and a search bar. Below the header, the main headline reads 'Simpósio: Turismo na Era Digital: primeira edição abre inscrições'. A sub-headline states 'Os participantes receberão, por e-mail, um certificado de quatro horas.' To the right, there is a 'PLANTÃO I' section with a list of events and times. Below that is a 'LINKS ÚTEIS' section with links to 'Correios', 'DETRAN', 'Loteria', and 'CEP'. A large image of a couple looking at a map is featured in the center.

Simpósio: Turismo na Era Digital: primeira edição abre inscrições

NA MIRA, COM INFORMAÇÕES DA UEMA
22/11/2016 às 10h27

Os participantes receberão, por e-mail, um certificado de quatro horas.

As vagas são limitadas. - **Divulgação**

PLANTÃO I

- 21:15 Ancine lança novo edital de apoio ao desenvolvimento de projetos audiovisuais
- 20:10 Chiquinho França diz que vai resgatar o Festival Aberto Balneário Estância do Relevo
- 20:07 Penteados: coques bagunçados estão super alta
- 16:30 Diva: Taylor Swift surpreende fã idoso e viraliza na iweb

LINKS ÚTEIS

- Correios
- DETRAN
- Loteria
- CEP

The screenshot shows the full article page on Imirante.com. The headline is 'Simpósio: Turismo na Era Digital'. The text describes the event as a workshop for students of Tourism and Hotel Management, focusing on digital marketing and social media. It mentions that participants will receive a 4-hour certificate. The event is organized by the Tourism and Hotel Management department. The article also includes a section for social media links and a list of related news items.

Simpósio: Turismo na Era Digital

SÃO LUÍS - As mídias sociais como estratégia de mercado. Este é o tema do I Simpósio: Turismo na Era Digital que ocorrerá no dia 6 de dezembro, no auditório do bloco E, do Centro de Ciências Sociais, das 8h às 12h.

O evento, organizado pela a coordenação e pelo departamento de Turismo, é destinado a estudantes do curso de Turismo e Hotelaria e tem como objetivo debater, por meio de palestras, as influências e contribuições das mídias sociais no desenvolvimento do mercado turístico, além de explicações a respeito do marketing digital por meio das mídias e das tecnologias como estratégia diferencial na busca pela excelência.

Os interessados devem se inscrever gratuitamente clicando [aqui](#). As vagas são limitadas. Os participantes receberão, por e-mail, um certificado de 4 horas.

Para saber e acompanhar a programação do evento, acesse o [site aqui](#).

Leia outras notícias em [imirante.com/namira](#). Siga, também, o Na Mira no [Twitter](#), [Instagram](#), [Snapchat](#), curta nossa página no [Facebook](#) e se inscreva no nosso canal no [YouTube](#). Envie informações à Redação do Portal por meio do [WhatsApp](#) pelo telefone (98) 99209 2383.

REDES SOCIAIS

- Facebook
- Twitter
- Instagram

Relacionadas

- Simpósio sobre o rádio ocorre nesta quarta-feira

ANEXO I - Divulgação no Blog do Ed Wilson Araujo



ANEXO J – Convite do evento

**I SIMPÓSIO
TURISMO NA ERA DIGITAL:
AS MÍDIAS SOCIAIS COMO ESTRATÉGIA DE MERCADO**

É com grande honra que a Comissão Organizadora do I Simpósio 'Turismo na era digital: as mídias sociais como estratégia de mercado' convida Vossa Senhoria para participar do evento.

Data: 06.12.2016
Horário: 08:00hs
Local: Auditório do Bloco E - CCSO / UFMA



convite

ANEXO K – Modelo do certificado do Evento