

PLANIFICAÇÃO – CURSO PROFISSIONAL DE OPERAÇÕES TURÍSTICAS

Ano Letivo: 2023/2024

Disciplina: TICT Ano: 10ºF

GESTÃO DO TEMPO

| UFCD Nº1 | | Nº de tempos | UFCD Nº4 | | Nº de tempos | UFCD Nº8 | | Nº de tempos |
|----------|--|------------------|----------|--|------------------|----------|--|------------------|
| | Apresentação | 2 | | | | | | |
| | Desenvolvimento programático - referencial de competências | 25 | | Desenvolvimento programático - referencial de competências | 25 | | Desenvolvimento programático - referencial de competências | 82 |
| | Avaliação | 3 | | Avaliação | 3 | | Avaliação | 8 |
| | TOTAL | 25h/30tmp | | TOTAL | 25h/30tmp | | TOTAL | 75h/90tmp |

GESTÃO DAS APRENDIZAGENS

| Tempos Letivos | Nome da UFCD | Objetivos | Conteúdos | Ações estratégicas de ensino orientadas para o perfil dos alunos | Descritores do perfil dos alunos |
|----------------|--------------|-----------|-----------|--|----------------------------------|
|----------------|--------------|-----------|-----------|--|----------------------------------|

| | | | | | | |
|----------|-----------|--|--|--|--|--|
| UFCD Nº1 | 25h/30tmp | <p>O setor do turismo em Portugal</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Reconhecer o fenómeno turístico nacional e internacional e a sua incidência sobre a atividade económica nacional e regional. - Identificar as principais linhas de enquadramento socioeconómico do setor do turismo. - Reconhecer as principais linhas de tendência de evolução do turismo em Portugal. - Distinguir a estrutura organizativa e divisão funcional dos estabelecimentos de hotelaria e restauração e turismo e lazer. - Identificar a legislação fundamental reguladora da atividade turística. | <p>O fenómeno turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceito de turismo - Aspectos fundamentais do fenómeno turístico - Antecedentes históricos - Desenvolvimento do turismo de massas - Repercussões sobre as atividades económicas diretas e indiretas <p>Novas tendências do turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oferta turística nacional e regional - Tipos de turismo - Novos produtos e serviços turísticos - Estratégias de produtos e serviços turísticos <p>Fatores críticos de sucesso do turismo em Portugal</p> <p>A organização dos serviços de turismo em Portugal, no plano nacional, regional e local</p> <ul style="list-style-type: none"> - Órgãos locais e nacionais de turismo - Entidades de informação turística e serviços turísticos - Guias turísticos do país, da região e da localidade <p>Organismos Internacionais de turismo</p> <p>Estabelecimentos de hotelaria e restauração e turismo e lazer</p> <p>A hotelaria</p> | <p>Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, o trabalho de projeto conjugado com a pesquisa individual ou de grupo e ainda o debate ou discussão orientada, promovendo uma aprendizagem baseada na descoberta e na experiência, incentivando atividades que permitam um contacto com a estrutura organizacional do setor do turismo e dos subsectores de hotelaria e restauração, reconhecimento da sua relevância económica e social para o desenvolvimento do turismo em Portugal e ainda as novas tendências de evolução da prestação de serviço.</p> <p>Poderão ser realizadas visitas de estudo a estabelecimentos de diferentes tipologias para distinguir as áreas funcionais, a forma de articulação entre serviços e ainda os aspetos diferenciadores da prestação de serviço.</p> <p>Na formação de ativos, a estratégia poderá passar por solicitar aos/às formandos/as para realizarem um trabalho de projeto em que contextualizem as suas experiências profissionais, enquadrando-as em termos de tipologia de entidade, estrutura organizacional e áreas funcionais.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Linguagens e textos (A) - Raciocínio e resolução de problemas (C) - Pensamento crítico e pensamento criativo (D) - Relacionamento interpessoal (E) - - Desenvolvimento pessoal e autonomia (F) - Saber científico, técnico e tecnológico (I) |
|----------|-----------|--|--|--|--|--|

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none">- Definição, características e classificação- Tipos de estabelecimentos hoteleiros tradicionais- Os alojamentos turísticos- Formas modernas de hospedagem e acolhimento <p>A organização funcional de um hotel</p> <ul style="list-style-type: none">- Recepção/portaria- Andares- Lavandaria- Economato- Cozinha/pastelaria- Restaurante- Bar e animação <p>A restauração: restaurantes e cafetarias</p> <ul style="list-style-type: none">- Definição- Características e classificação- Funções- Pessoal <p>Explorações para-hoteleiras</p> <ul style="list-style-type: none">- Aldeias turísticas- Pousadas de juventude- Colónias de férias- Parques de campismo e caravanismo <p>As atividades turísticas</p> <ul style="list-style-type: none">- Definição- Âmbito de atuação- Caracterização e classificação- Pessoal | |
|--|--|--|--|--|

| | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|
| | | | Legislação fundamental da atividade turística | | |
|--|--|--|---|--|--|

| Tempos Letivos | Nome da UFCD | Objetivos | Conteúdos | Ações estratégicas de ensino orientadas para o perfil dos alunos | Descritores do perfil dos alunos |
|----------------|--------------|-----------|-----------|--|----------------------------------|
|----------------|--------------|-----------|-----------|--|----------------------------------|

| | | | | | | |
|-----------------|-----------|--|---|--|--|---|
| UFCD Nº4 | 25h/30tmp | <p>Técnicas de comunicação e relacionamento interpessoal em turismo</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Identificar os conceitos e princípios fundamentais da comunicação e do relacionamento interpessoal. - Reconhecer as especificidades da comunicação em contexto turístico. - Identificar e aplicar técnicas de facilitação do relacionamento interpessoal. - Identificar os fatores psicossociais com impacto no processo comunicacional. | <p>Conceitos e princípios de comunicação e do relacionamento interpessoal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funções da comunicação - Elementos intervenientes na comunicação <p>Fatores facilitadores e dificultadores da comunicação verbal e não-verbal</p> <p>A importância da comunicação não-verbal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicação cinésica - Comunicação paralinguística - Comunicação proxémica <p>Imagem e comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoimagem e autoconceito - Formação das primeiras impressões - Expetativas e motivações <p>A programação neurolinguística na comunicação em contexto turístico</p> | <p>Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, estudo de caso, jogos pedagógicos e outras técnicas baseadas na aprendizagem experiencial, orientadas para a mudança de atitudes. No caso da formação inicial, poder-se-á conjugar com um trabalho de pesquisa de grupo acerca dos vários fatores facilitadores e dificultadores da comunicação, através de recolha de depoimentos, imagens ou gravações em vídeo. A construção de prática de uma grelha de análise com parâmetros desejáveis na comunicação e relacionamento interpessoal entre profissionais e clientes poderá ser aplicada e posteriormente apresentada, seguida de debate.</p> <p>Na formação de ativos, sugere-se o recurso a análise de casos, apresentados pelo/a formador/a ou sugeridos pelos/as formandos/as, de situações consideradas como Boas Práticas e Práticas a Evitar. Estes mesmos casos poderão ser alvo de dramatização, filmada ou não (técnica da autoscopia), para posterior análise, identificação dos comportamentos desejáveis e a corrigir.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Informação e comunicação (B) - Raciocínio e resolução de problemas (C) - Pensamento crítico e pensamento criativo (D) - Relacionamento interpessoal (E) - - Desenvolvimento pessoal e autonomia (F) - Saber científico, técnico e tecnológico (I) |
|-----------------|-----------|--|---|--|--|---|

| | | | | | | |
|-----------------|------------------|---|---|---|--|--|
| <p>UFCD Nº8</p> | <p>75h/90tmp</p> | <p>Desenho e atualização de programas turísticos</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Pesquisar, interpretar e sistematizar informação sobre destinos turísticos. - Analisar e comparar os recursos, equipamentos e serviços turísticos em cada destino turístico. - Identificar e caracterizar o tipo de interesses, motivações e condições dos clientes. - Interpretar tendências da procura turística e as preferências e necessidades especiais dos clientes. - Interpretar resultados de diagnósticos de potencial turístico. - Aplicar os procedimentos de elaboração de um programa turístico. - Selecionar componentes da oferta turística de modo a compor um programa turístico. - Aplicar métodos de análise comparada de diferentes condições técnicas de programas. - Pesquisar e consultar condições de contratação de fornecedores. - Calcular e estimar custos e tarifas associados ao programa. | <p>SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO</p> <p>1 - Análise de necessidades e tendências no turismo</p> <p>Caraterísticas gerais de mercados turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nacional - Internacionais <p>Tipos de turismo e de produtos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Férias (banhar, de saúde, rural, desportivo, ecoturismo, cultural, entre outros) - Negócios <p>Noções e tipos de património turístico</p> <p>Fluxos de procura turística atual e emergente</p> <p>Tipologia de componentes de oferta turística</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de transporte (aéreo, marítimo, ferroviário, rodoviário) - Tipos de alojamento - Tipos de restauração e bebidas - Tipos de visitas guiadas, rotas e itinerários - Tipos de atrações turísticas - Tipos de eventos, de atividades de animação e de atividades recreativas e entretenimento - Tipos de conferências e seminários <p>Técnicas de pesquisa, interpretação e sistematização de informação sobre destinos turísticos</p> | <p>Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, a realização de um trabalho de grupo de diagnóstico do potencial turístico de um destino turístico, de modo a proporcionar a apropriação das dimensões técnicas e processuais de elaboração de um diagnóstico no mercado nacional ou num mercado internacional. Poderá ser dado um caso hipotético de uma empresa e da sua estratégia de mercado para que o formando seleccione o destino turístico para o qual irá realizar o diagnóstico. Este tipo de abordagem complementa a abordagem expositiva dos conceitos e técnicas de suporte à unidade de formação. Sugere-se a utilização de técnicas ativas, nomeadamente, a realização de um trabalho individual de conceção de um programa turístico à medida das necessidades de um grupo de indivíduos sugerido, tendo como ponto de partida um dado diagnóstico do seu potencial. Este tipo de abordagem complementa a abordagem expositiva dos conceitos e técnicas de suporte à unidade de formação.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Informação e comunicação (B) - Raciócinio e resolução de problemas (C) - Pensamento crítico e pensamento criativo (D) - Relacionamento interpessoal (E) - Desenvolvimento pessoal e autonomia (F) - Saber científico, técnico e tecnológico (I) |
|-----------------|------------------|---|---|---|--|--|

Técnicas de auscultação dos interesses, motivações e condições de clientes

SUBUNIDADE DE FORMAÇÃO
2 - Elaboração de programas turísticos

Caraterísticas específicas do mercado e dos produtos turísticos

- Portugal
- Europa
- Américas

Caraterísticas específicas dos produtos turísticos

- Férias
 - Negócios
- Tipologia de condições técnicas associadas a programas turísticos
- Tipos de seguros
 - Tipos de modalidades de pagamento
 - Tipos de financiamento disponíveis
 - Tipos de condições de reservas e cancelamento

Métodos de análise comparada de componentes da oferta e de condições técnicas associadas

Técnicas de elaboração e organização de programas turísticos

Técnicas de orçamentação e de estimativa de custos

Conceitos e princípios

fundamentais sobre turismo

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | inclusivo aplicados à conceção de programas turísticos | | |
|--|--|--|--|--|--|

O/A PROFESSOR/A

Silva Maria Silva

(19/09/2023)