REFERENCIAL DE COMPETÊNCIAS DA QUALIFICAÇÃO

Curso de Técnico/a de Turismo

ÁREA DE EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO: 812 – Turismo e Lazer

CÓDIGO DA QUALIFICAÇÃO: 000000

NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO: 4

PONTOS DE CRÉDITO: 114,75

PUBLICAÇÕES E ATUALIZAÇÕES:

OBSERVAÇÕES:

DESCRIÇÃO GERAL DA QUALIFICAÇÃO (MISSÃO):

Preparar, promover e comercializar produtos e serviços turísticos, de modo a garantir um serviço de atendimento, promoção, informação e programação turística seguro, de qualidade e a satisfação dos clientes.

ATIVIDADES PRINCIPAIS:

- Implementar e organizar programas turísticos promovidos por empresas especializadas em turismo, operadores turísticos, agências de viagens, unidades de alojamento turístico e por conta própria.
- Conceber e planear produtos turísticos em diferentes domínios de atividade, valorizando os recursos físicos, culturais e naturais do contexto em que atua.
- Conceber conteúdos de comunicação para divulgação de experiências turísticas.
- Promover e vender programas turísticos.
- Atender, prestar informações turísticas e assistência ao cliente.
- Gerir a carteira de clientes, dos destinos e produtos turísticos.
- Analisar os indicadores comerciais do serviço e avaliar a satisfação do cliente.

UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)

UC OBRIGATÓRIAS

CÓDIGO UC[1]	N.º UC	UNIDADES DE COMPETÊNCIA	PONTOS DE CRÉDITO
	01	Analisar a oferta e a procura do mercado turístico	2,25
UC00056	02	Implementar os requisitos do turismo acessível e inclusivo	2,25
	03	Criar programas turísticos para diferentes tipos de cliente	4,5
	04	Criar itinerários turísticos	2,25
	05	Organizar e comercializar viagens	4,5
	06	Aplicar as tecnologias digitais na promoção, comercialização e criação de experiências turísticas diferenciadas	4,5
	07	Adotar as normas reguladoras da atividade turística	2,25
	08	Adotar práticas de gestão de qualidade nos serviços turísticos	4,5
	09	Efetuar a prospeção, análise e acompanhamento turístico	2,25
	10	Executar o serviço de acolhimento em empreendimentos turísticos	4,5
	11	Executar o serviço de atendimento e informação em empresas turísticas	4,5
	12	Executar o serviço de receção em alojamentos turísticos	4,5
UC00038	13	Prestar informação sobre o setor do turismo	2,25
	14	Implementar estratégias de marketing turístico	4,5
	15	Promover o território como destino turístico	4,5
	16	Implementar ações de comunicação organizacional	2,25
	17	Promover e divulgar serviços e produtos turísticos em canais digitais	2,25
	18	Promover serviços e produtos turísticos	2,25
	19	Implementar estratégias de comunicação e relações públicas no turismo	2,25
	20	Negociar e vender produtos e serviços turísticos	4,5
	21	Gerir e tratar reclamações	2,25
UC00033	22	Comunicar e interagir em contexto profissional	4,5
UC00044	23	Interagir em Inglês no serviço de informação turística	4,5
	24	Implementar as normas de segurança e saúde no trabalho no setor do turismo	2,25
	25	Atuar em situações de emergência no turismo	2,25
UC00071	26	Interagir em língua estrangeira no serviço de informação turística	4,5
		Total de pontos de crédito de UC Obrigatórias	87,75

Para obter a qualificação de Curso de Técnico de Turismo, para além das UC Obrigatórias, terão também de ser realizadas UC Opcionais[2] correspondentes ao total de pontos de crédito de 27.

1 Os códigos assinalados a preto correspondem a UC específicas de uma qualificação. Os códigos assinalados a laranja correspondem a UC comuns a duas ou mais.

2 Poderão ser selecionadas 10% de UC transversais de entre o leque definido (20% a 30%) de UC opcionais.

UC OPCIONAIS

CÓDIGO UC[3]	N.º UC	UNIDADES DE COMPETÊNCIA	PONTOS DE CRÉDITO
UC00031	27	Criar e desenvolver ideias de negócios	4,5
UC00032	28	Elaborar o plano de negócios	4,5
UC00034	29	Colaborar e trabalhar em equipa	4,5
UC00062	30	Prestar assistência a clientes em campo de golfe	2,25
UC00063	31	Prestar informação sobre o turismo de saúde e bem-estar	2,25
	32	Criar e operacionalizar atividades de animação turística	4,5
	33	Produzir um evento turístico	2,25
	34	Implementar as regras de cortesia, etiqueta e protocolo no atendimento ao cliente	2,25
	35	Implementar as regras do protocolo oficial português	2,25
UC00055	36	Atuar em situações de segurança de pessoas e bens em hotelaria e restauração	2,25
	37	Comunicar em Língua Gestual Portuguesa	4,5
		Total de pontos de crédito de UC da Formação Tecnológica	114,75

3 Os códigos assinalados a preto correspondem a UC específicas de uma qualificação desenhada em termos de resultados de aprendizagem. Os códigos assinalados a laranja correspondem a UC comuns a duas ou mais qualificações desenhadas em termos de resultados de aprendizagem.

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0001	Analisar a oferta e a procura do mercado turístico

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Analisar as variáveis e as tendências do setor turístico. R2. Analisar as oportunidades de negócio no setor turístico. R3. Segmentar o mercado de clientes por produtos/serviços turísticos. R4. Elaborar ou atualizar informação turística.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· A Indústria Turística - características, benefícios. · Empresas Turísticas - classificação, tipologia. · Serviços turísticos - características. tipologia. · O mercado turístico. · A procura turística - dimensão, características, tipos, necessidades, utilidade, elasticidade. · Fatores determinantes da procura turística - estruturais e conjunturais. · Consumo turístico - motivações do turista - Teoria de Swarbrooke Horner e teoria de Crompton e McKay. · Comportamento do consumidor turista - fatores culturais, sociais e pessoais. · Tendências de evolução e a emergência de novos tipos de turismo. · Perspetivas da procura internacional. · Oferta turística - características, componentes – transporte, alojamento, restauração e bebidas, visitas guiadas. · Negócios turísticos. · Outras componentes da oferta turística: atrações turísticas, eventos, conferências e	· Descrever a Indústria Turística. · Descrever as empresas turísticas. · Distinguir os diferentes setores e serviços do turismo. · Selecionar e analisar fontes de informação. · Gerir e organizar informação. · Interpretar dados da procura turística. · Analisar dados de relatórios e outros documentos de organismos nacionais e internacionais do setor. · Distinguir o papel dos diferentes tipos de turistas para a evolução da indústria turística. · Interpretar as motivações e comportamento do consumidor. · Identificar as determinantes da procura turística. · Identificar as motivações do consumo turístico. · Caracterizar o comportamento do consumidor. · Identificar as tendências e os novos tipos de turismo. · Analisar as perspetivas da procura internacional. · Analisar as diferentes componentes da oferta turística. · Diferenciar negócios turísticos.	· Responsabilidades pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Respeito pelas normas de qualidade. · Respeito pelos princípios do Turismo Sustentável.

seminários, atividades recreativas e entretenimento. · Produtos Turísticos. · Práticas de sustentabilidade no turismo.	· Selecionar produtos turísticos para diferentes perfis de cliente. · Reconhecer as práticas de sustentabilidade no turismo. · Sintetizar informação turística. · Efetuar atualizações sobre informação turística.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Analisar a oferta e a procura do mercado turístico

CD1. Selecionando e elaborando informação relevante sobre a oferta e a procura turísticas.

CD2. Analisando informação sobre tendências e novos tipos de turismo.

CD3. Avaliando as oportunidades de negócios na área do turismo.

CD4. Avaliando o perfil dos diferentes tipos de clientes para segmentos do mercado turístico.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens, Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- *Sites*: INE, PORDATA, Turismo de Portugal.
- Relatórios estatísticos da Organização Mundial do Turismo.
- Relatórios de atividade setorial.
- Documentação técnica sobre o setor.
- Documentos com informação processada sobre o património e outros recursos, serviços e infraestruturas locais.
- Materiais promocionais e de comunicação.
- Legislação reguladora do setor do Turismo.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00056/UC 0002	Implementar os requisitos do turismo acessível e inclusivo

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Interpretar o quadro normativo aplicável ao turismo acessível e inclusivo. R2. Avaliar os tipos de limitações/necessidades especiais do cliente. R3. Diagnosticar e responder às necessidades em termos de acessibilidade e de atendimento inclusivo. R4. Atender o cliente com limitações e necessidades especiais.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Turismo acessível e inclusivo - conceito e designações utilizadas. · Contexto político e enquadramento normativo do turismo acessível e inclusivo. · Diretrizes da Organização Mundial do Turismo e da União Europeia. · Público-alvo do turismo acessível e inclusivo. · Direitos das pessoas com limitações - pessoas com deficiência ou diversidade funcional, pessoas com limitações e necessidades especiais. · Diferenças individuais e condutas de cidadania. · Tipos de limitações e necessidades especiais do cliente/turista - limitações motoras, visuais, auditivas e cognitivas. · Tipos de limitações inerentes ao envelhecimento e a outras condições físicas ou gerais de saúde - pessoas grávidas, pais com crianças pequenas, pessoas com caraterísticas físicas excecionais, pessoas com sequelas de diversas patologias, pessoas com alergias e intolerâncias alimentares. · Requisitos da oferta turística acessível e inclusiva.	· Identificar os conceitos, princípios e as especificidades do turismo acessível e inclusivo. · Reconhecer a relevância do desenvolvimento do turismo acessível e inclusivo. · Selecionar legislação aplicável ao turismo acessível e inclusivo. · Distinguir as diferentes necessidades especiais do cliente/turista. · Identificar os requisitos específicos dos diversos estabelecimentos em termos de acessibilidades. · Conceder prioridade no atendimento ao cliente. · Adaptar o comportamento e a atitude à tipologia de limitação do cliente. · Comunicar com o cliente com limitações e necessidades especiais. · Utilizar meios alternativos de comunicação para a prestação de informação. · Selecionar produtos e meios de apoio para cada tipo de necessidade especial e de limitação. · Selecionar e dar instruções sobre a utilização de produtos e meios de apoio para o tipo de necessidades especiais. · Aplicar as técnicas de serviço às necessidades e limitações do cliente.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Escuta ativa. · Empatia. · Assertividade na comunicação. · Respeito pela privacidade do cliente. · Disponibilidade para auxiliar. · Proatividade. · Empenho. · Autonomia. · Sentido crítico.

• Requisitos de atendimento e serviço direcionados para cada tipo de necessidade especial e de limitação. • Técnicas de ajuda pessoal direcionadas para cada tipo de necessidade especial e de limitação. • Produtos e meios de apoio para cada tipo de necessidade especial e de limitação - ajudas técnicas.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Implementar os requisitos do turismo acessível e inclusivo:

CD1. Relacionando o tipo de limitação ou necessidade especial do cliente com os respetivos produtos e meios de apoio.

CD2. Adequando o atendimento ao tipo de limitação ou necessidade especial do cliente.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

Dispositivo eletrónico com acesso à internet.

Legislação normativa europeia e nacional sobre o turismo acessível e inclusivo.

Documentação sobre turismo acessível e inclusivo, em geral, e em específico no contexto da hotelaria, restauração e atividades turísticas.

Documentação sobre produtos de apoio ao cliente com necessidades especiais.

Produtos, meios de apoio e ajudas técnicas.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0003	Criar programas turísticos para diferentes tipos de cliente

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES		
R1. Elaborar propostas de programas turísticos. R2. Definir condições técnicas do programa. R3. Propor programas turísticos. R4. Auscultar e negociar com o cliente.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Programas turísticos - conceitos. · Programas turísticos - tipologias – programas pré-definidos, por medida, mono e multiatividades, entre outras, fatores de diferenciação - atividades e serviços incluídos, meios físicos, grau de dificuldade, duração, objetivos do cliente, entre outros. · Oferta de programas turísticos - Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo Religioso, Turismo de Aventura/Desporto, Turismo Gastronómico, Turismo Sol e praia, Balnear, Turismo de Negócios/Eventos. · Clientes—alvo - perfil, necessidades, expetativas. · Etapas da criação de programas turísticos - definição dos objetivos, seleção do período para viajar, tempo de duração, segurança e gestão de risco do programa, atividades e serviços a incluir no programa, informação sobre a zona a trabalhar, território ou local para a implantação do programa, programa final - atividades e serviços, calendarização. · Qualidade e sustentabilidade do programa – condições físicas e ambientais, condições de segurança, normativos de qualidade aplicáveis, requisitos	· Identificar as caraterísticas das diferentes ofertas turísticas. · Identificar o perfil e expetativas do turista. · Pesquisar e gerir informação. · Definir os objetivos do programa turístico. · Definir o período da realização do programa e a duração. · Definir as atividades e serviços para o programa. · Selecionar informação sobre a zona definida para a implantação de programas. · Listar os recursos humanos, materiais, documentais, transporte e logística a envolver na criação do programa. · Verificar o cumprimento dos normativos no programa. · Selecionar o seguro de viagem e as normas de segurança para o programa. · Identificar os custos de um programa turístico. · Apresentar internamente uma proposta com as informações sobre os custos diretos do programa para orçamentação. · Avaliar as condições logísticas, ambientais e do terreno. · Aplicar técnicas de elaboração de programas turísticos. · Propor medidas para diminuir os impactos ambientais previsíveis.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Empatia. · Respeito pelo outro. · Escuta ativa. · Sentido de organização. · Respeito pela diferença. · Assertividade na comunicação. · Autocontrolo e autorregulação. · Disciplina. · Adaptabilidade e flexibilidade. · Cooperação com a equipa. · Respeito pelos princípios éticos e deontológicos. · Respeito pelas regras e normas definidas. · Respeito pelos princípios da sustentabilidade.

específicos (quando aplicável), técnicas de minimização de impactos ambientais. · Orçamentação – tipos de produtos, recursos humanos e materiais, frequência da prestação de serviços, custos fixos e custos variáveis, canais de distribuição (comissões), meios de pagamento (comissões), determinação da margem de lucro (variáveis do mercado, análise da concorrência). · Propostas comerciais de programas – técnicas e suportes de elaboração e apresentação de propostas, em função da tipologia do programa e dos destinatários. · Comunicação e promoção de programas turísticos – estratégias de comunicação, plataformas, canais e meios utilizados no marketing digital, redes sociais, avaliação da relação custo-benefício dos instrumentos de promoção. · Técnicas de negociação – estilos, variáveis e etapas.	· Apresentar propostas ao cliente com recurso a suportes digitais. · Divulgar os programas junto dos segmentos-alvo. · Aplicar técnicas de negociação.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Criar programas turísticos para diferentes tipos de cliente

CD1. Definindo o programa de acordo com as características e solicitações do cliente, a calendarização, o local, as atividades e os serviços.

CD2. Selecionando a informação a constar nas propostas, de acordo com o projeto empresarial e os segmentos-alvo.

CD3. Avaliando a compatibilidade da proposta com os normativos aplicáveis e com os padrões de qualidade.

CD4. Calculando custos e margens de comercialização.

CD5. Ajustando as técnicas de *marketing* na divulgação do produto.

CD6. Negociando as propostas apresentadas com o cliente.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.

- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Programas turísticos (com itinerários, opções de alojamento, atividades, custos).
- *Software* de *design* de programas turísticos, sistemas de reservas *online*, cálculo de custos.
- Informação em suporte informático.
- Legislação aplicável.
- Formulários de informação ao cliente publicados em *websites* de empresas.
- Apresentações de propostas ao cliente em vários suportes.
- *Websites* institucionais e corporativos sobre produtos de turismo.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0004	Criar itinerários turísticos

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Planear itinerários turísticos. R2. Elaborar propostas de itinerários turísticos. R3. Propor itinerários turísticos.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Itinerários e circuitos turísticos - conceito, tipologias. · Importância do *citytour.* · Património UNESCO em Portugal. · Técnicas de pesquisa de informação – canais *online*, fontes de informação, entre outras. · Perfis de cliente. · Tendências e segmentos no turismo. · Itinerário e programa de viagens - aspetos distintivos e análise de quadro. · Itinerários turísticos - nacionais - no Norte, no Centro de Portugal, no Sul, nos Açores e na Madeira, Internacionais. · Experiências e atividades - visitas a museus, excursões, degustações, entre outras. · *Citybreak.* · Análise de casos: Londres, Paris, Berlim, Madrid/Barcelona. · Informação turística - importância, formas e tipologias. · Qualidade e sustentabilidade do programa – condições físicas, ambientais e cénicas, condições de segurança, normativos de qualidade aplicáveis, requisitos específicos a cumprir em Áreas Protegidas (quando aplicável), técnicas de minimização de impactos ambientais. · Propostas de itinerários – técnicas e suportes de	· Identificar os diferentes tipos e formas de itinerários turísticos. · Pesquisar e selecionar informação turística. · Interpretar e organizar a informação. · Selecionar para diferentes perfis de cliente. · Desenhar itinerários. · Preparar a organização de itinerários nacionais e internacionais, das operações das agências de viagens e M&I (*Meeting & Incentives*). · Preparar a realização de experiências. · Reconhecer as características geográficas, os itinerários turísticos nacionais e internacionais. · Analisar e validar a qualidade e sustentabilidade do itinerário. · Caracterizar o património nacional e internacional dos diversos destinos turísticos. · Preparar *citybreaks.* · Apresentar proposta de itinerário.	· Sentido de organização. · Sentido crítico. · Respeito pela diferença. · Iniciativa. · Assertividade. · Cooperação em equipa. · Respeito pela sustentabilidade no turismo.

elaboração e apresentação de propostas.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Criar itinerários turísticos

CD1. Utilizando técnicas de pesquisa de informação.

CD2. Selecionando atrações e pontos de interesse relevantes para o itinerário turístico.

CD3. Considerando as características dos contextos.

CD4. Considerando as preferências e as necessidades do cliente.

CD5. Planeando atividades e experiências.

CD6. Apresentando propostas de itinerários.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Itinerários turísticos.
- Informação em suporte informático: *site* da UNESCO, *sites* de organizações nacionais e internacionais relacionadas com o setor do Turismo.
- Relatórios Anuais do Património Mundial da UNESCO.
- Legislação aplicável.
- Formulários de informação ao cliente publicados em websites de empresas.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0005	Organizar e comercializar viagens

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Vender pacotes e produtos turísticos distribuídos pelos operadores turísticos.
R2. Planear viagens para diferentes tipos de clientes e grupos.
R3. Realizar a organização e o acompanhamento dos programas.
R4. Gerir as reservas.
R5. Prestar assistência a passageiros.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· A Agência de Viagens - legislação, organização interna. · O *incoming* - características dos vários tipos de grupos, dados para a caracterização do cliente – grupo formal ou informal, nacionalidade, classe etária, experiência anterior, condição física, expetativas, objetivos da atividade, necessidades do cliente. · Orçamentação para um grupo do estrangeiro. · Planeamento – vantagens, gestão de imprevistos, fichas de verificação (*checklists*). · Organização de um programa: itinerário, meios de transporte, contratação de fornecedores, plano de segurança, serviços e preço fino, contratos com o cliente. · O *outgoing*: atendimento, Departamento de Aviação, Departamento de Turismo, documentos de viagem. · Programas dos Operadores Turísticos. · Venda de um programa de viagem. · Serviços administrativos.	· Identificar especificidades e condicionantes do trabalho de um agente de viagens. · Pesquisar e gerir informação. · Recolher dados de caraterização e necessidades do cliente. · Verificar as condições dos recursos e dos meios necessários. · Elaborar fichas de verificação dos procedimentos a cumprir durante a preparação de um programa. · Informar o cliente sobre o produto turístico. · Efetuar operações de reservas, orçamentação, faturação dos produtos e serviços turísticos. · Identificar os custos de uma viagem. · Resolver imprevistos e efetuar eventuais alterações ao programa. · Definir a calendarização do programa. · Verificar e acionar o cumprimento de normas legais. · Efetuar a venda de uma viagem. · Executar os procedimentos para a emissão de bilhetes,	· Responsabilidade pelas suas ações. · Respeito pelos procedimentos administrativos. · Cuidado com a imagem e postura profissional. · Rigor. · Flexibilidade. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Sentido crítico. · Escuta ativa. · Empatia, · Assertividade. · Respeito pela diferença. · Sentido de organização. · Proatividade. · Cooperação com a equipa.

· Normas de transporte de bagagem e outras relativas à realização de viagens aéreas. · Procedimentos de emissão de bilhetes, vouchers, entre outros. · Procedimentos de faturação. · Sistemas informáticos em agências de viagens. · Avaliação da atividade – processos de avaliação, tratamento de resultados e avaliação periódica. · Gestão de reclamações - queixas, opiniões negativas e reclamações formais, Livro de Reclamações Eletrónico.	vouchers e outra documentação. · Utilizar as técnicas de arquivo de documentação. · Utilizar sistemas informáticos em agências de viagens. · Efetuar reservas e emitir bilhetes *online*. · Acompanhar e apoiar passageiros. · Executar os procedimentos de chegada e de partida. · Gerir o *transfer* de chegada e de partida. · Aplicar as normas internacionais da prática da atividade de agência de viagens. · Aplicar os processos de avaliação definidos para o programa. · Analisar os inquéritos de satisfação ao cliente, formulários de avaliação de desempenho da equipa e comentários nas redes sociais.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Organizar e comercializar viagens

CD1. Respeitando as normas de conduta e as regras de atendimento na comercialização.

CD2. Considerando os objetivos comerciais.

CD3. Fornecendo a documentação necessária e os produtos ou serviços contratados.

CD4. Gerindo o processo logístico da viagem.

CD5. Respeitando o planeamento previsto e a articulação entre atividades e serviços.

CD6. Garantindo o cumprimento das normas e dos regulamentos do setor.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Agências de viagens.
- Companhias de transporte aéreo, marítimo, terrestre.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Contrato de prestação de serviços.
- Itinerários turísticos.
- Legislação aplicável ao setor.

- Manual de procedimentos para venda de produtos e serviços de turismo.
- Manuais de tarifas e da atividade turística.
- Documentação sobre condições, acordos especiais, termos contratuais para aquisição de produtos ou serviços.
- Apresentações de propostas de venda ao cliente em vários suportes.
- *Websites* institucionais e corporativos sobre produtos e serviços de turismo.
- Ferramentas para planeamento de viagens: software, *sites* de reservas de hotéis, passagens aéreas, vouchers, entre outras.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0006/0000	Aplicar as tecnologias digitais na promoção, comercialização e criação de experiências turísticas diferenciadas

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Utilizar os diferentes sistemas de informação para gerir informação. R2. Utilizar as tecnologias de informação e comunicação para as diferentes atividades profissionais. R3. Utilizar a inovação, as tecnologias digitais a Inteligência Artificial para tornar as experiências turísticas mais atrativas. R4. Promover e vender experiências turísticas com recurso a tecnologias digitais.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· As ferramentas digitais como instrumento de trabalho - comunicação, produção de relatórios, fichas técnicas, fichas de clientes, gestão de redes sociais. · As ferramentas digitais como instrumento da melhoria das experiências turísticas: as OTA – *online travel agencies*, as plataformas digitais de distribuição – Booking, Expedia, Trivago, entre outras, as Aplicações. · *Big Data* – a gestão de informação. · A utilização de Robô. · Tecnologias de pesquisa e controlo de voz – *Smartphones*, alto falantes inteligentes e assistentes de inteligência artificial. · Os chatbots com IA na relação com o cliente. · Realidade virtual. · Realidade aumentada. · Quiosques digitais - de reservas, vendas, *check-in*, entre outros. · Tecnologia de reconhecimento – impressões digitais, reconhecimento facial, retina. · Geolocalização.	· Identificar a evolução tecnológica no turismo. · Utilizar a tecnologia como uma mais-valia para o turismo. · Gerir as diferentes ferramentas digitais nos serviços turísticos. · Pesquisar e selecionar informação. · Sistematizar informação. · Preparar e apresentar uma comunicação. · Elaborar relatórios e fichas com ferramentas digitais. · Preencher fichas de clientes com ferramentas digitais. · Utilizar tecnologias digitais na consulta e arquivo de dados. · Utilizar as redes sociais na promoção de experiências turísticas. · Divulgar experiências turísticas através de tecnologias digitais. · Informar e esclarecer dúvidas do cliente através de tecnologias digitais. · Criar e planear experiências turísticas. · Adequar as experiências ao público-alvo. · Executar operações de reservas e de vendas com ferramentas e dispositivos digitais. · Utilizar o quiosque digital para *check-in* e outras operações.	· Responsabilidade pelas suas ações · Sentido crítico · Criatividade · Sentido de organização · Rigor · Iniciativa · Dinamismo · Proatividade. · Cooperação com a equipa. · Respeito pelo ambiente.

	• Utilizar a geolocalização nos serviços turísticos.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Aplicar as tecnologias digitais na promoção, comercialização e criação de experiências turísticas diferenciadas

CD1. Adotando diferentes sistemas de informação.

CD2. Utilizando ferramentas e dispositivos digitais no planeamento, preparação e conceção

CD3. Utilizando Realidade Aumentada (RA) e Realidade Virtual (RV) na apresentação. .

CD4. Personalizando experiências turísticas com base em dados do cliente.

CD5 Utilizando redes sociais na divulgação e promoção.

CD6. Integrando ferramentas e dispositivos digitais na reserva e na venda *online*.

CD7. Implementando Sistemas de geolocalização para prestar um serviço de excelência aos turistas.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivo eletrónico com acesso à internet.
- *Softwares* de gestão turísticas, de gestão hoteleira, redes sociais, entre outros.
- Ferramentas de inteligência artificial: realidade virtual, realidade aumentada.
- Estudos sobre análises de tendências tecnológicas na indústria do turismo.
- Outra documentação relevante.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0007	Adotar as normas reguladoras da atividade turística

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Executar a sua profissão tendo em conta a legislação reguladora da atividade turística. R2. Aplicar a legislação reguladora da atividade turística. R3. Aplicar as normas e práticas para garantir a qualidade e sustentabilidade na atividade turística.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Atividades Turística - enquadramento jurídico. · Intervenção do Estado, Papel do Estado no setor do Turismo - a função legislativa. · Papel do Turismo de Portugal IP na regulamentação turística. · Legislação reguladora da atividade turística - empreendimentos turísticos, turismo em espaço rural, turismo de natureza, empresas de animação turística, agências de viagens, gastronomia como património cultural, estabelecimentos de restauração e bebidas. · Caracterização e legislação relativa a produtos e serviços turísticos. · Legislação e normas de segurança para a utilização adequada de equipamentos turísticos. · Normas e Procedimentos de Segurança. · Implementação de sistemas de controlo de qualidade. · Transparência e Conformidade Legal. · Desempenho Ambiental na atividade turística - Estratégia Turismo 2027. - · As dimensões da sustentabilidade - económica, social, ambiental,	· Reconhecer o enquadramento jurídico do turismo. · Identificar e analisar as normas e legislação da atividade turística. · Identificar as normas e práticas para a qualidade e sustentabilidade na atividade turística. · Caracterizar e reconhecer a legislação relativa a produtos e serviços turísticos. · Aplicar normas e procedimentos de segurança. · Reconhecer as práticas de qualidade como fatores de diferenciação no mercado global. · Reconhecer os deveres de informação ao cliente. · Propor formas de melhorar o desempenho ambiental. · Analisar práticas sustentáveis em programas de turismo. · Selecionar e organizar documentação. · Identificar as Regras do Código do Trabalho para Profissionais da atividade turística. · Identificar os incentivos para investimento turístico.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Respeito pelos princípios éticos e deontológicos. · Sentido crítico. · Postura profissional. · Respeito pelos princípios do Turismo Sustentável.

• Indicadores de monitorização da sustentabilidade. • Recomendações internacionais (OMT, Eurostat). • Sistema de Indicadores de Turismo Sustentável (SITS). • Regras do Código do Trabalho - contratos de trabalho e suas características específicas. • Direitos e deveres dos profissionais de Turismo. • Sistemas de incentivos para o turismo.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Adotar as normas reguladoras da atividade turística

CD1. Interpretando os regulamentos e leis que regem a atividade turística.

CD2. Implementando políticas e procedimentos para garantir a conformidade com a legislação turística.

CD3. Interpretando os incentivos para investimento turístico.

CD4. Propondo formas de atuação para melhoria do desempenho ambiental no quotidiano da empresa e durante as atividades.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados
- Agências de Viagens
- Operadores Turísticos
- Unidades Hoteleiras

RECURSOS

Legislação, regulamentos e códigos de conduta que regulam a atividade turística.

Recursos online, como sites governamentais, turismo de Portugal

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00059/UC 0008	Adotar práticas de gestão de qualidade nos serviços turísticos

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES		
R1. Analisar o enquadramento legal, princípios, metodologia e referenciais da qualidade aplicados ao setor do turismo. R2. Aplicar os requisitos das normas da qualidade aplicáveis ao setor do turismo. R3. Monitorizar e avaliar processos, produtos e/ou serviços turísticos.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Sistema de gestão da qualidade – princípios, metodologias, etapas e ferramentas. · Enquadramento legal, normas, fundamentos e requisitos de qualidade. · Estrutura de um sistema da qualidade – produto, processo e sistema. · Normalização – normas de âmbito nacional (Sistema Português da Qualidade), europeu e internacional. · Gestão da qualidade – cadeia, responsabilidade, autoridade, comunicação, compatibilidade com outros sistemas de gestão. · Abordagem por processos - Ciclo de Deming/metodologia PDCA (*plan, do, check, action*). · Procedimentos e manuais de qualidade – instruções, especificações, impressos, folhas de registo. · Metrologia – medições, equipamentos de medição e monitorização. · Requisitos de documentação e relatórios técnicos. · Auditoria interna – objetivos, regras e responsabilidades. · Monitorização e medição dos processos e produto – controlo dos dispositivos, controlo do produto não conforme (PNC), indicadores de desempenho. · Resolução de problemas – definição, análise da situação e identificação de soluções, decisão e ação corretiva.	· Identificar os princípios, objetivos e etapas para implementação do sistema gestão da qualidade. · Interpretar os requisitos definidos na norma de sistemas de gestão da qualidade. · Utilizar ferramentas de garantia da qualidade. · Aplicar as normas que regulam os requisitos da documentação física e digital. · Preencher e registar a informação documental. · Preparar processos de melhoria contínua. · Aplicar ferramentas, fluxograma, folha de verificação e diagrama de *Ishikawa* relativos a problemas identificados na unidade ou área operacional. · Aplicar a ferramenta PDCA. · Aplicar ferramentas de monitorização de processos, produtos e/ou serviços turísticos. · Selecionar e interpretar as informações sobre o problema identificado. · Verificar e reportar a não conformidade de produtos. · Preparar a documentação para a auditoria interna. · Selecionar informações da documentação do sistema de qualidade interno em vigor. · Aplicar os procedimentos de preparação da documentação a auditar identificando o período e	· Responsabilidades pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Iniciativa. · Sentido crítico. · Sentido de organização. · Cooperação com a equipa. · Empenho e persistência na resolução de problemas. · Imparcialidade. · Conduta ética. · Disponibilidade para aprender. · Respeito pela legislação em vigor. · Respeito pelas normas de qualidade.

• Melhoria contínua e otimização dos processos – análise de dados, ações corretivas, ações preventivas. • Normas de segurança e saúde no trabalho. • Normas de segurança na organização e prestação de informação turística • Requisitos de segurança no planeamento e organização dos vários serviços turísticos e em determinados contextos (atividades de animação, alojamento…) • Normas de segurança na organização e prestação de serviços de animação	a finalidade da auditoria, responsabilidades, intervenientes, registos de não-conformidade e suas causas, ações corretivas, comunicação de resultados. • Aplicar procedimentos internos dos serviços turísticos. • Analisar os indicadores de desempenho. • Analisar problemas e propor ações corretivas/preventivas. • Analisar o grau de satisfação do cliente. • Aplicar as normas de segurança, saúde no trabalho. • Aplicar as normas de segurança nos serviços turísticos.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Adotar práticas de gestão de qualidade nos serviços turísticos

CD1. Cumprindo as normas e requisitos da qualidade para o setor, referenciais e orientações internas.

CD2. Cumprindo as fases, objetivos e bases comportamentais da auditoria.

CD3. Garantindo a melhoria contínua e a perceção do risco.

CD4. Avaliando a qualidade e o grau de satisfação do cliente.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados
- Agências de Viagens
- Operadores Turísticos

RECURSOS

- Legislação e normas aplicáveis ao setor do Turismo.
- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- *Software* de gestão.
- Norma ISO 9001 - Sistemas de Gestão da Qualidade.
- Manual da Qualidade e outra documentação técnica específica.
- Ferramentas de auditoria.
- Equipamentos de medição.
- Planos e normas de segurança e saúde no trabalho, proteção ambiental e biossegurança.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0009	Efetuar a prospeção, análise e acompanhamento turístico

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Aplicar técnicas de prospeção de visitas. R2. Adequar os produtos ou serviços turísticos ao público-alvo. R3. Organizar visitas de prospeção. R4. Acompanhar os clientes. R5. Aconselhar os clientes.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Profissionais de informação turística - tipologias, perfis, funções. · Os comportamentos de compra/perfis de clientes. · Etapas do processo de venda - prospeção, preparação, abordagem, apresentação, gestão, fecho, Acompanhamento. · Plano de visitas de prospeção. · Etapas de estruturação de um itinerário e respetiva avaliação · Incentivos, congressos e circuitos à medida. · Técnicas de comunicação com os clientes. · Técnica profissional de acompanhamento de grupos de em diferentes meios de transporte. · Ferramentas de avaliação da satisfação do cliente. · A relação - satisfação e qualidade do serviço. · Normas de conduta e de imagem pessoal.	· Identificar as funções dos profissionais de informação turística. · Pesquisar e selecionar informação. · Utilizar estratégias de prospeção. · Realizar prospeção. · Identificar o público-alvo e o seu perfil. · Selecionar os produtos e serviços para diferentes clientes. · Identificar e distinguir circuitos, incentivos e congressos. · Comparar eventos turísticos. · Acolher os clientes. · Aplicar técnicas de comunicação com os clientes. · Estruturar um itinerário. · Planear visitas de prospeção. · Acompanhar grupos de visitantes. · Prestar toda a informação requerida. · Sugerir produtos ou serviços. · Aplicar inquéritos de satisfação aos clientes. · Reconhecer a qualidade e o desempenho do serviço como fatores decisivos na satisfação do cliente. · Aplicar normas de conduta profissional.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia nas suas funções. · Comunicação assertiva. · Escuta ativa. · Curiosidade. · Proatividade. · Sentido crítico. · Sentido de organização. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Respeito pelo outro. · Respeito pela diferença.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Efetuar a prospeção, análise e acompanhamento turístico:

CD1. Desenvolvendo estratégias de prospeção para atingir mercados específicos.

CD2. Comunicando de forma clara com potenciais clientes.

CD3. Planeando visitas para potenciais clientes para apresentação de produtos ou serviços turísticos.

CD4. Acompanhando grupos de clientes.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Recursos multimédia/audiovisuais.
- Documentação sobre os serviços de um operador turístico e itinerários turísticos (folhetos, brochuras, *sites*, outros).
- Recursos *online*: *sites* de marketing turístico, blogues de viagens e redes sociais relevantes.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0010	Executar o serviço de acolhimento em empreendimentos turísticos

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES		
R1. Acolher os clientes em diferentes unidades hoteleiras. R2. Gerir a receção e o registo dos serviços efetuados. R3. Informar e esclarecer os clientes acerca da unidade turística, dos eventos e dos pontos turísticos.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Empreendimentos Turísticos e Unidades de Acolhimento - conceito, estrutura, organização e hierarquias. · Tipologia - Hotéis, *Hostels*, Pousadas, Estalagens, Apartamentos, Motéis, Pensões, Meios complementares de alojamento turístico, Aldeamentos turísticos, Apartamentos turísticos, Parques de Campismo. · Empresas de Turismo em Espaço Rural - Turismo de Habitação, Turismo Rural, Agroturismo, Turismo de Aldeia, Casas de Campo, Hotéis rurais, Cadeias Hoteleiras. · Organização dos departamentos - Alojamento, Governança, F&B (*Food and Beverage*), Marketing e Vendas, Departamento de Controlo e Gestão, Recursos Humanos, Manutenção e Segurança. · Hierarquias e comunicação entre os departamentos. · Acolhimento e atendimento de clientes - tipos de contextos, tipos de públicos. · Postura profissional e apresentação na receção. · Condições de estadia na unidade hoteleira - acordos prévios, condições de pagamento, clientes com e sem	· Caracterizar as diferentes unidades de alojamento. · Diferenciar os departamentos da unidade de alojamento: organização e funções. · Identificar a organização e os níveis hierárquicos entre os departamentos. · Identificar os diferentes níveis de comunicação interna dentro dos departamentos da unidade de alojamento. · Aplicar técnicas de acolhimento em situação de atendimento ao público em diferentes contextos. · Informar acerca das acomodações da unidade turística, serviços e eventos. · Efetuar o processo de registo do hóspede, preencher o cardex. · Aplicar as diferentes formas de pagamento. · Fornecer informações aos clientes sobre serviços ou eventos prestados pelo estabelecimento. · Prestar esclarecimentos sobre serviços.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia nas suas funções. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Cooperação com a equipa. · Assertividade. · Empatia. · Flexibilidade. · Escuta ativa. · Sentido de organização. · Respeito pelas diferenças individuais. · Respeito pelas regras e normas definidas.

reserva, individuais ou em grupos · Registo e atribuição dos quartos. · Registos de reserva, *Key pass*, Fichas de cliente. · Formas de pagamento - cartão de crédito, *Voucher*, *Traveller's cheque*, Moeda estrangeira. · Informação sobre os serviços ou eventos prestados pelo estabelecimento.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Executar o serviço de acolhimento em empreendimentos turísticos

CD1. Aplicando o serviço de acolhimento tendo em conta a tipologia de unidade hoteleira.

CD2. Acolhendo os hóspedes de forma cordial e profissional.

CD3. Fornecendo informações aos hóspedes sobre o empreendimento, serviços, instalações, área circundante, entre outras.

CD4. Gerindo o serviço de reservas, *check-in* e *check-out*, atribuição de quartos, pagamentos, entre outros.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

· Empreendimentos Turísticos e Unidades de Acolhimento.

RECURSOS

· Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.

· Manuais com práticas de atendimento ao cliente e gestão de serviços de acolhimento.

· Recursos *online*: *sites*, blogues, entre outros, de unidades hoteleiras.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00011	Executar o serviço de atendimento e informação em empresas turísticas

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES		
R1. Efetuar o atendimento e o serviço de informação turística em empresas turísticas. R2. Utilizar os equipamentos de informática e comunicação da receção. R3. Gerir o processo de reclamação.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· A importância da comunicação não verbal no atendimento. · O profissional de atendimento ao público - perfil e funções, características, qualidades. · Vocabulário geral e específico no atendimento e informação turística. · Receção em Empreendimentos Turísticos - funções, procedimentos, documentação, equipamentos, ferramentas Informáticas. · Técnicas de atendimento em Empreendimentos Turísticos - conceitos gerais, atendimento/venda, atitude/comportamento. · Diagnóstico de necessidades - origem das motivações/ necessidades; análise prévia do perfil de cliente; estrutura de um guião de "perguntas tipo". · Etapas do processo de atendimento - acolhimento do cliente, apresentação do estabelecimento/serviço/produto. · Serviços especiais, prestação de informação turística, prestação de outro tipo de informação, despedida, operações de caixa. · Atendimento na receção e por telefone. · Tratamento de reclamações: ouvir o cliente, agradecer pela	· Aplicar técnicas de comunicação verbal e não verbal em situação de atendimento ao público. · Reconhecer as principais qualidades para atender o público. · Reconhecer a importância do processo de atendimento para o sucesso do serviço ao cliente. · Caracterizar as estruturas organizativas e funcionais mais frequentes nos departamentos de receção. · Diferenciar os conceitos de atendimento/venda e atitude/comportamento. · Identificar e aferir as motivações e necessidades de cada cliente. · Atender presencialmente e por telefone. · Informar os clientes sobre a unidade hoteleira, produtos e serviços. · Prestar informações turísticas. · Prestar informações de diversa ordem. · Gerir o processo de reclamação. · Prestar o serviço de informação turística.	· Assertividade na comunicação. · Cooperação com a equipa. · Empatia. · Escuta ativa. · Autoconfiança. · Controlo emocional. · Resiliência. · Sentido de organização. · Sentido crítico. · Respeito pelas regras e normas definidas · Cuidado com a apresentação pessoal e a postura profissional.

informação, confirmar as informações, reconhecer a situação e pedir desculpas, solucionar a situação, *Follow up*/acompanhar o processo, fidelizar com um *upgrade.* · Informações em empreendimentos turísticos. · Serviço de informação turística interna - serviço de Câmbios; atividades de animação/entretenimento. · Serviço de informação turística externa - locais de interesse turístico da região; serviços turísticos prestados externos ao empreendimento turístico.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Executar o serviço de atendimento e informação em empresas turísticas:

CD1. Acolhendo e cumprimentando os clientes de forma cordial e profissional.

CD2. Fornecendo informações, de forma cortês, sobre o empreendimento - serviços, instalações e atrações turísticas locais, entre outras.

CD3. Avaliando as necessidades e preferências dos clientes.

CD4. Gerindo reclamações dos clientes.

CD5. Coordenando reservas para serviços e atividades turísticas.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Empresas turísticas.

RECURSOS

- Dispositivos eletrónicos com acesso à internet.
- Manuais de Atendimento ao Cliente (de preferência de empreendimentos turísticos).
- Livros sobre a comunicação oral e escrita.
- Fichas com os procedimentos específicos de atendimento e reclamação.
- Recursos *online*: site, blogue, redes sociais, entre outros.
- Códigos de conduta e ética profissional.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00012	Executar o serviço de receção em alojamentos turísticos

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Gerir a receção e guarda de objetos e registo de serviços efetuados.
R2. Atender e responder a pedidos e esclarecimentos dos clientes sobre os diversos serviços da unidade hoteleira.
R3. Efetuar os processos de reservas, *check-in* e *check-out*, faturação, pagamento, mudanças de quartos.
R4. Gerir imprevistos durante a estadia dos hóspedes.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Reservas - tipos, ficheiro de clientes, tipologia de quartos, formulários de reservas, Lista Negra, pedidos, alterações, anulações e cancelamentos, situações especiais nas reservas, ofertas alternativas, hóspedes VIP, reservas de grupos, reservas de agências de viagens e operadores turísticos, sistemas de reservas, Inventário, *Yield Management*. · *Check-in* - registo de hóspedes, formas de pagamento e garantias, procedimentos administrativos durante o *check-in*, situações especiais durante o *check-in*, tarifas e descontos. · *Check-out* - controlo de chaves; gastos de última hora, apresentação e cobrança de contas, situações especiais. · Coordenação e comunicação entre os diferentes serviços do hotel.	· Executar as tarefas de receção. · Organizar a informação. · Identificar e desempenhar os procedimentos de reserva, *check-in* e *check-out* do cliente. · Identificar e solucionar as diferentes situações durante a estadia do hóspede. · Utilizar um sistema operativo de gestão hoteleira. · Gerir a comunicação entre os diferentes departamentos do alojamento hoteleiro.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia nas suas funções. · Resolução de problemas. · Comunicação assertiva. · Cooperação com as equipas. · Iniciativa. · Proatividade. · Respeito pelas diferenças individuais. · Empatia. · Postura profissional · Respeito pelos princípios de sustentabilidade no turismo.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Executar o serviço de receção num alojamento turístico

CD1. Acolhendo os hóspedes de forma profissional.

CD2. Efetuando *check-in* e *check-out* de hóspedes.

CD3. Prestando informações detalhadas sobre o alojamento, serviços disponíveis e atrações locais.

CD4. Demonstrando disponibilidade e empenho na satisfação das solicitações especiais dos hóspedes.

CD5. Coordenando as reservas e a alocação de quartos.

CD6. Processando pagamentos de forma segura.

CD7. Gerindo o cardex de clientes.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Alojamentos Turísticos.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Manuais de Receção de diferentes alojamentos turísticos que descrevam os procedimentos padrão, políticas e diretrizes para a equipa de receção.
- Sistemas de Reservas e PMS (*Property Management System*) para gerir reservas, atribuir quartos e outras operações de receção.
- Recursos *online*: *sites* de gestão hoteleira, portais de reservas e redes sociais relevantes.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00038/UC 00013	Prestar informação sobre o setor do Turismo

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Analisar a informação requerida acerca do setor do Turismo. R2. Informar e esclarecer o cliente sobre o setor do Turismo.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Turismo - antecedentes históricos. · Influência socioeconómica do fenómeno turístico. · Tipos de turismo - turismo de lazer, de negócios, religioso, cultural, de saúde, de natureza e aventura, entre outros. · Novas tendências do Turismo - novos produtos e serviços turísticos. · Estratégias de produtos e serviços turísticos. · Fatores críticos de sucesso do Turismo em Portugal. · Organismos internacionais do Turismo. · Organismos nacionais e locais do Turismo. · Entidades de informação e serviços turísticos. · Guias turísticos do país, da região e da localidade. · Definição, caraterísticas e classificação de hotelaria - tipos de estabelecimentos hoteleiros tradicionais, alojamentos turísticos e tipos de hospedagem e acolhimento. · Organização e divisão funcional do hotel - receção/portaria, andares, lavandaria, economato, cozinha/pastelaria, restaurante, bar e animação.	· Identificar a evolução e a influência socioeconómica do fenómeno turístico. · Enumerar as novas tendências do Turismo. · Descrever o setor do Turismo a nível nacional e internacional. · Utilizar técnicas de comunicação verbal e não verbal assertiva. · Aplicar técnicas de interação orais e escritas. · Informar acerca dos organismos nacionais e internacionais do Turismo. · Informar acerca da função das diferentes entidades nacionais, regionais e locais relacionadas com o setor do Turismo. · Diferenciar a estrutura, organização e divisão funcional dos estabelecimentos do setor do Turismo. · Distinguir a organização funcional de hotelaria. · Distinguir a organização e divisão funcional do hotel. · Distinguir a organização funcional dos estabelecimentos de restauração. · Informar sobre as diferentes atividades turísticas. · Identificar as vertentes de atuação e competências na área do Turismo.	· Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Proatividade. · Empenho. · Sentido crítico. · Empatia. · Escuta ativa. · Assertividade na comunicação.

• Definição, caraterísticas e classificação de restauração - tipos de estabelecimentos, organização funcional e pessoal. • Definição e caraterísticas de explorações para-hoteleiras - aldeias turísticas, pousadas de juventude, alojamentos locais, colónias de férias, parques de campismo e caravanismo. • Definição, caraterísticas e classificação de atividades turísticas - âmbito de atuação e pessoal. • Turismo Sustentável – princípios, exigências e boas práticas. • Funções do/a Técnico/a de turismo – responsabilidade, autonomia e limites de atuação. • Comunicação e relacionamento interpessoal. • Legislação da atividade turística.	• Reconhecer as práticas sustentáveis no setor do Turismo. • Interpretar legislação relativa à atividade turística. • Utilizar técnicas de comunicação verbal e não verbal assertivas. • Aplicar técnicas de interação orais e escritas.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Prestar informações sobre o setor do Turismo

CD1. Contextualizando a sua evolução histórica, os principais marcos de desenvolvimento e o aparecimento de produtos e serviços em expansão.

CD2. Adequando a comunicação ao tipo e à solicitação do interlocutor.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Posto de turismo.
- Hotéis.
- Apartamentos turísticos.
- Pousadas.

RECURSOS

- Dispositivo tecnológico com acesso à internet.
- Relatórios da atividade turística.
- Documentação técnica sobre o setor.
- Legislação reguladora da atividade hoteleira, de restauração e turística.
- Exemplos de produtos/serviços inovadores em hotelaria, restauração e turismo.

- Guias turísticos do país, da região e da localidade.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 0014	Implementar estratégias de *marketing* turístico

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Analisar estrategicamente um produto ou serviço turístico. R2. Definir ações de marketing turístico. R3. Operacionalizar ações de marketing turístico.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Marketing - origem, definição, conceitos-chave. · Os estudos de mercado - produtos e serviços. · Segmentação de mercado. · Posicionamento - dimensões e características. · Planeamento do *marketing.* · Papel da comunicação na sociedade de consumo. · Estratégia de comunicação: objetivos, comunicação integrada, comunicação externa, estratégica e social. · Estratégias de comunicação integrada de *marketing* de turismo. · Análise SWOT. · Etapas de um plano de marketing *online* e *offline* - os 4 P do *Marketing Mix,* os 7 P do Marketing dos Serviços, análise SWOT, definição da estratégia de *marketing,* estabelecimento do plano de ação, orçamentação. · Instrumentos de comunicação física e digital. · Concretização do plano de ação. · Impacto da comunicação.	· Descrever as relações entre marketing, comunicação e publicidade. · Analisar estudos de mercado do setor de Turismo. · Comparar produtos e serviços turísticos. · Identificar os fatores determinantes de políticas de venda. · Analisar um segmento de mercado. · Analisar o posicionamento de uma marca ou serviço turístico. · Analisar o comportamento do consumidor perante novos serviços e produtos turísticos. · Definir estratégias de comunicação para um produto ou serviço. · Identificar as etapas de um plano de *marketing*. · Analisar as variáveis do *marketing* dos produtos e dos serviços. · Identificar os componentes do *Marketing Mix*. · Efetuar a análise SWOT. · Definir a estratégia de marketing. · Estabelecer o plano de ação. · Orçamentar ações de *marketing* turístico. · Operacionalizar a campanha de marketing e comunicação do serviço ou produto.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Sentido crítico. · Criatividade. · Sentido de organização. · Proatividade. · Autonomia nas suas funções. · Iniciativa.

	• Avaliar o impacto da comunicação.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Implementar estratégias de marketing turístico

CD1. Analisando o posicionamento de produtos e serviços turísticos, segmentos do mercado e comportamento dos consumidores.

CD2. Definindo uma estratégia de comunicação e um plano de *marketing*.

CD3. Operacionalizando ações de *marketing* e de comunicação.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Manuais de *Marketing* Turístico.
- Estudos de caso de sucesso em *marketing* na indústria do turismo.
- Ferramentas de Marketing Digital: análise de dados, otimização de mecanismos de busca (SEO) e publicidade *online*.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00015	Promover o território como destino turístico

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Avaliar os atributos do património territorial. R2. Definir estratégias de comunicação. R3. Definir ações de marketing territorial. R4. Operacionalizar ações de marketing territorial.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Identidade territorial - a identidade dos habitantes locais, dos lugares, das tradições. · Oferta, recursos e atrações turísticas disponíveis no território. · Valorização dos recursos do território. · Comunicação Turística - funções. · Modelo de comunicação integrada – comunicação *online* e *offline*. · Marketing das cidades, *Branding* territorial. · Posicionamento de um território. · Comportamento do consumidor. · Técnicas de promoção do território.	· Explorar o território como um produto de interesse turístico. · Reconhecer a identidade territorial. · Selecionar oferta, recursos e atrações no território. · Destacar atrativos nos recursos do território. · Selecionar as ações promocionais de comunicação de apoio à divulgação. · Analisar o posicionamento do território. · Aplicar estratégias de marketing territorial. · Dinamizar ações promocionais do território.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia nas suas funções. · Sentido de organização. · Iniciativa. · Sentido crítico. · Criatividade. · Proatividade.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Promover o território como destino turístico

CD1. Planeando estratégias de comunicação e ações de *marketing*.

CD2. Gerindo meios de comunicação *online* e *offline*.

CD3. Promovendo ofertas especiais e pacotes turísticos que valorizam o território.

CD4. Concretizando ações de marketing das cidades e dos territórios.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Manuais de Marketing Territorial.
- Estudos de Caso - ações bem sucedidas de promoção de destinos e *marketing* territorial.
- Vídeos de campanhas de marketing territorial e *branding* de destinos.
- Recursos *online*, *sites* de *marketing* territorial, blogs de turismo.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00016	Implementar a política de comunicação institucional

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Conceber peças de comunicação. R2. Operacionalizar ações de comunicação.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Comunicação organizacional - fundamentos gerais. · Peças de comunicação - textos, ilustrações e fotos. · Técnicas de produção de peças de comunicação - edição, carta gráfica, multimédia, montagem. · Instrumentos de comunicação para o exterior - revista de imprensa, desdobrável e encarte, Publicidade de produto e institucional, *Stand* de exposição, painéis visuais, mobiliário urbano, redes sociais. · Instrumentos de comunicação interna - organização virtual e física de palestras ou reuniões. · Instrumentos de comunicação social - *Dossiê* de imprensa, comunicados de imprensa, *press release*, *Newsletters*, folhetos e desdobráveis.	· Analisar as necessidades de comunicação organizacional. · Utilizar instrumentos de comunicação institucional. · Conceber peças de comunicação. · Redigir textos. · Manusear equipamentos de comunicação. · Preparar exposições. · Organizar ações de comunicação virtual ou presencial.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia nas suas funções. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Criatividade. · Assertividade. · Proatividade. · Resiliência. · Escuta ativa. · Sentido de organização. · Iniciativa.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Implementar ações de comunicação organizacional

CD1. Identificando as necessidades do cliente interno e externo.

CD2. Adaptando as técnicas de comunicação ao público-alvo.

CD3. Comunicando de forma clara e concisa.

CD4. Gerindo os canais de comunicação tendo em conta o público.

CD5. Desenvolvendo conteúdos e materiais de comunicação.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Livros e artigos sobre comunicação eficaz, atendimento ao cliente e gestão de comunicação interna nas empresas de turismo.
- *Slides* sobre conceitos-chave relacionados com comunicação eficaz.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00017	Promover e divulgar serviços e produtos turísticos em canais digitais

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Definir estratégias de comunicação digital para promover serviços e produtos turísticos. R2. Criar conteúdos sobre serviços e produtos turísticos. R3. Divulgar conteúdos digitais através das plataformas digitais.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Comunicação Turística - · mudança de paradigma do *offline* ao *online*, novo modelo de comunicação integrada *online* e *offline*. · Comunicação de experiências. · Mudança de comportamento do turista - processo da procura, seleção, decisão, reserva, recomendação do destino, dos meios de transporte, do alojamento e das atividades e experiências de lazer e ócio. · A promoção de um destino turístico - importância da narrativa da experiência, as trocas culturais e rituais entre visitante e anfitrião, a identidade dos habitantes locais, dos lugares, das tradições. · As plataformas digitais de turismo - TripAdvisor, Booking, Expedia, entre outras. · As redes sociais e o papel dos *Influencers* - Facebook, Instagram, Linkedin, Tiktok, Twitter, blogues, vlogues, youtube, entre outras. · SEO - Otimização de Mecanismos de Busca e o *ranking* nos mecanismos de busca. · Publicidade *online* - publicidade paga por clique (PPC),	· Reconhecer o papel da comunicação. · Reconhecer o novo comportamento do consumidor. · Pesquisar destino turístico. · Selecionar destino. · Aplicar o novo modelo de comunicação integrada ao turismo. · Preparar a promoção de um destino turístico. · Interpretar os conteúdos digitais de diferentes plataformas digitais. · Analisar os SEO - Otimização de Mecanismos de Busca e o *ranking* nos mecanismos de busca. · Analisar publicidade *online*. · Avaliar ferramentas de análise para medir o desempenho de campanhas de marketing digital. · Redigir textos para conteúdos. · Conceber conteúdos digitais de turismo. · Utilizar as redes sociais e as plataformas digitais de turismo. · Estabelecer parcerias com *Influencers.*	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia nas suas funções. · Criatividade. · Assertividade. · Sentido crítico. · Proatividade. · Iniciativa.

campanhas de anúncios em redes sociais, entre outras.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Promover e divulgar serviços e produtos turísticos em canais digitais

CD1. Planeando estratégias de *marketing* de conteúdo.

CD2. Criando conteúdos digitais.

CD3. Otimizando o conteúdo digital para mecanismos de busca (SEO) para visibilidade *online*.

CD4. Utilizando plataformas digitais e redes sociais.

CD5. Estabelecendo parcerias estratégicas *online* com influenciadores digitais, blogueiros de viagem, entre outros.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Livros e *e-books* sobre *marketing* digital e promoção de experiências turísticas *online*.
- Estudos de caso: ações de divulgação digital de experiências turísticas com sucesso.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00018	Promover serviços e produtos turísticos

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Conceber ações promocionais. R2. Operacionalizar ações promocionais. R3. Orçamentar ações promocionais.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Promoção como instrumento de comunicação turística - serviços, produto turístico, "Negócios", congressos e incentivos. · Técnicas de promoção - vales de descontos, oferta de voucher ou pontos, oferta de noites numa unidade, de milhas, entre outras. · Estratégias de *marketing* multicanal - médias, redes sociais, *e-mail* marketing, publicidade *online*, *offline,* entre outras. · Ações promocionais - objetivos estratégicos, planeamento das atividades. · Orçamentação.	· Identificar as técnicas de promoção como um instrumento de comunicação. · Analisar campanhas promocionais. · Aplicar as técnicas de promoção. · Adequar a atividade promocional ao público e ao destino. · Aconselhar e promover os serviços ou o produto. · Prestar informações sobre os serviços ou o produto. · Pesquisar parceiros ou fornecedores. · Estimar os custos das ações promocionais.	· Criatividade. · Responsabilidade pelas suas ações. · Zelo. · Sentido de organização. · Cooperação com a equipa. · Assertividade. · Empatia.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Promover serviços e produtos turísticos

CD1. Criando ações promocionais e pacotes promocionais apelativos.

CD2. Utilizando estratégias de marketing multicanal.

CD3. Efetuando estimativas de custo das ações promocionais.

CD4. Aplicando as técnicas promocionais para promover ofertas especiais, pacotes turísticos e descontos.

CD5. Estabelecendo parcerias estratégicas com outras empresas e partes interessadas na indústria do turismo.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Estudos de caso sobre técnicas promocionais para promover serviços turísticos.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00019	Implementar estratégias de comunicação e relações públicas no turismo

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Operacionalizar ações de relações públicas no turismo. R2. Criar conteúdos *offline* e *online* nas plataformas digitais. R3. Gerir conflitos e situações imprevistas.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Relações Públicas - conceitos, atitude; notoriedade; opinião pública. · O papel das relações públicas como ferramenta - aproximação ao público, interno, externo e comunicação social; gestão de crise. · Princípios éticos e deontológicos. · Ferramentas de comunicação das relações públicas - *press release*, *Press Kit*, eventos. · Pesquisas de mercado, gestão de contatos e relacionamentos. · Produção de conteúdo. · *Press Trips* e cobertura de média segmentadas, feiras e exposições, s*ocial media*. · Relações Públicas como ferramenta de comunicação do turismo - parceria com agências de viagens e entidades de Turismo. · Participação em feiras e organização de eventos. · Gestão de conflitos. · Gestão das emoções.	· Reconhecer o papel das relações públicas. · Reconhecer a componente ética da atividade. · Redigir *press releases.* · Conduzir pesquisas de mercado a nível da oferta e procura turística. · Aferir o grau de satisfação dos clientes. · Gerir conflitos e situações imprevistas. · Promover a qualidade do serviço prestado. · Gerir situações de comunicação de crise. · Gerir contactos e relacionamentos.	· Escuta ativa. · Comunicação assertiva. · Empatia. · Cooperação com a equipa. · Cuidado com a imagem pessoal e a postura profissional. · Gestão de conflitos. · Controlo emocional. · Persistência na resolução de problemas.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Implementar estratégias de comunicação e relações públicas no turismo

CD1. Identificando públicos-chave.

CD2. Desenvolvendo mensagens estratégicas de acordo com os objetivos das relações públicas.

CD3. Estabelecendo relações com os meios de comunicação social, editores, influenciadores, entre outros.

CD4. Aplicando as técnicas de comunicação de crise.

CD5. Desenvolvendo conteúdo de media - comunicados de imprensa, *press release*, histórias de destaque, entre outros.

CD6. Planeando e organizando eventos de relações públicas para promover destinos e serviços turísticos.

CD7. Respeitando os princípios éticos e deontológicos.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados
- Agências de Viagens
- Operadores Turísticos
- Unidades Hoteleiras

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Livros e manuais de relações públicas no turismo.
- Estudos de caso de campanhas bem sucedidas de relações públicas no setor de Turismo.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00020	Negociar e vender produtos e serviços turísticos

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Definir tarifas e preços de venda presencial e em canais *online.* R2. Acordar as condições do serviço com o cliente. R3. Definir e operacionalizar estratégias de fidelização. R4. Gerir as reservas. R5. Gerir o serviço pós-venda.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Tipos de comportamento de compra, perfis de clientes. · Necessidades e interesses do cliente. · Etapas do processo de venda - prospeção, preparação, abordagem, apresentação, gestão das objeções, fecho, acompanhamento. · Tipos de tarifas e percursos. · Técnicas de cálculo de tarifas e preços. · Política de preços da entidade. · Manuais de tarifas. · Sistemas de informação específicos. · Aplicações informáticas na venda de serviços e produtos turísticos. · Ofertas turísticas disponíveis - características e condições técnicas. · Ações promocionais - características. · Técnicas e métodos de negociação. · Regulamentação específica da atividade. · Protocolo e técnicas de comunicação com os clientes.	· Identificar as características dos clientes. · Interpretar as necessidades dos clientes. · Identificar os diferentes tipos de compra. · Aplicar as etapas de venda. · Pesquisar informação sobre tarifas. · Aplicar técnicas de cálculo. · Aplicar as normas de política de preços. · Interpretar tabelas de preços para cada segmento de cliente. · Interpretar os manuais de tarifas. · Utilizar dispositivos e ferramentas digitais. · Aplicar técnicas e métodos de negociação. · Interpretar a regulamentação específica da atividade. · Aplicar as técnicas de comunicação ajustadas ao perfil do cliente. · Aplicar as normas de conduta e imagem pessoal. · Interpretar os pedidos de reserva dos clientes. · Interpretar e aplicar os procedimentos de registo de	· Responsabilidade pelas suas ações. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Proatividade. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Respeito pelas diferenças individuais dos clientes. · Flexibilidade. · Escuta ativa. · Comunicação assertiva. · Empatia. · Controlo emocional. · Resiliência perante os problemas e situação de insatisfação do cliente.

• Normas de conduta e de imagem pessoal. • Sistemas de reserva - características. • Meios informáticos e de comunicação utilizados no serviço de reservas e na emissão da documentação. • Procedimentos de consulta, registo e alterações da reserva de transportes, alojamento, programas de viagem e outros produtos e serviços turísticos. • Procedimentos de emissão de *vouchers,* bilhetes e outra documentação necessária. • Normas gerais e internas de gestão das reservas. • Procedimentos de comunicação com os fornecedores. • Normativos e documentos orientadores relativos às pessoas com deficiência. • Caraterísticas e condições de aquisição dos produtos ou serviços. • Técnicas de negociação e venda cruzada. • Política comercial e promocional. • Técnicas de serviços pós-venda - *Follow up*, acompanhamento, criação de relação com o cliente, contactos e ofertas em datas comemorativas, linha de apoio. • Ferramentas de avaliação da satisfação do cliente. • Ferramentas de fidelização do cliente - questionários, programas de fidelização, ofertas de experiências personalizadas, CRM.U	reservas, consultas, alterações, entre outros. • Interpretar e aplicar os procedimentos de emissão de *vouchers*, bilhetes e outra documentação necessária. • Registar nos documentos as necessidades especiais dos clientes. • Aplicar técnicas de negociação e venda cruzada. • Aplicar procedimentos para operar diferentes canais de comunicação. • Interpretar as caraterísticas e condições de aquisição dos produtos ou serviços. • Aplicar estratégias do serviço pós-venda. • Aplicar estratégias de fidelização.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Negociar e vender produtos e serviços turísticos

CD1. Considerando a política de preços da entidade para os vários segmentos de cliente e para o produto ou serviço turístico.

CD2. Comunicando de forma eficaz e clara os benefícios e características do produto ou serviços.

CD3. Procedendo aos processos de reserva e venda.

CD4. Considerando a política promocional e comercial da entidade.

CD5. Executando o *follow up* com o cliente.

CD6. Avaliando a satisfação do cliente.

CD7. Gerindo as técnicas de fidelização.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Recursos multimédia e audiovisuais.
- Ferramentas de interação e de comunicação.
- Livros e manuais de vendas no Setor do Turismo.
- Material de escritório.
- Regulamentação do setor.
- Documentos de tráfico e formulários administrativos *standard*.
- Normativos e documentos orientadores relativos às pessoas com deficiência.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00021	Gerir e tratar reclamações

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Atender reclamações de clientes. R2. Implementar protocolo de gestão de reclamações. R3. Realizar o tratamento de reclamações de clientes.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Reclamação. · Tipos de reclamação. · Razões de reclamação dos clientes e perceção de sinais de descontentamento. · Tipos de clientes. · Modos de comunicação das reclamações. · Etapas de uma reclamação. · Sistema de gestão e tratamento das reclamações - metodologia base, tratamento da reclamação, gestão atempada, · Tipo de erros a evitar, tratamento da informação e plano de melhoria. · Gestão de reclamações - dimensões comportamentais e comunicacionais da reclamação, fatores facilitadores e dificultadores da comunicação e da relação interpessoal. · Gestão de reclamações - queixas, opiniões negativas e reclamações formais, Livro de Reclamações Eletrónico. · Procedimentos gerais e internos em situações de reclamação. · Procedimentos de preenchimento de formulários ou registos das reclamações. · Legislação aplicável. · Fidelização dos clientes. · Práticas potenciadoras da satisfação do cliente. · Comunicação verbal e não-verbal.	· Identificar as tipologias de reclamações. · Caracterizar as diferentes fases de uma reclamação. · Elaborar metodologias para gestão e tratamento de reclamações em situações concretas. · Definir estratégias de gestão de reclamações. · Identificar o tipo de erros a evitar no tratamento de reclamações. · Identificar as diferentes tipologias de clientes e os modos de atuar. · Responder ou encaminhar a reclamação. · Aplicar técnicas de tratamento de reclamações. · Efetuar o *follow-up* ao cliente. · Avaliar a satisfação do cliente. · Sistematizar informação relativa às reclamações. · Apresentar propostas de planos de melhoria. · Aplicar a legislação relativa à área de reclamações. · Utilizar técnicas de comunicação verbal e não-verbal assertivas.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Proatividade. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Respeito pelas diferenças individuais dos clientes. · Flexibilidade. · Escuta ativa. · Comunicação assertiva. · Empatia. · Controlo emocional. · Resiliência perante os problemas e situação de insatisfação do cliente.

· Comunicação interpessoal e assertividade. · Tipos de clientes. · Técnicas para controlar e reduzir conflitos. · Opinião do cliente. · Argumentação e afirmação. · Gestão do stress em situações de crise.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Gerir e tratar reclamações

CD1. Cumprindo as orientações superiores e os procedimentos definidos internamente.

CD2. Respondendo e esclarecendo assertivamente os clientes.

CD3. Demonstrando controlo emocional perante situações de reclamação do cliente.

CD4. Efetuando o tratamento das reclamações.

CD5. Garantindo a satisfação dos clientes.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Recursos multimédia/audiovisuais.
- Ferramentas de interação e de comunicação.
- Boas práticas na comunicação.
- Livros/manuais do Setor do Turismo.
- Livro de reclamações.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00033/UC 00022	Comunicar e interagir em contexto profissional

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES

R1. Preparar a mensagem a comunicar em contexto profissional.

R2. Informar e esclarecer diferentes interlocutores em contexto presencial e não presencial.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Princípios da comunicação e do relacionamento interpessoal – processo, funções e elementos intervenientes. · Fatores facilitadores e inibidores da comunicação. · Comunicação verbal (oral e escrita) e comunicação não-verbal – cinésica (movimentos corporais, gestos, expressão facial e postura), paralinguística (tom, projeção da voz, pausas no discurso, sorriso, outros) e proxémica (distância espacial face a alguém). · Canais de comunicação presencial e não presencial. · Comunicação telefónica - técnicas de atenção telefónica, expressão verbal e sorriso "telefónico". · Comunicação através da internet (navegadores, e-mail, redes sociais, mensagens) – técnicas. · Comunicação escrita – normas. · Processo de escrita - planificação, textualização e revisão. · Caraterísticas dos estilos de comunicação - agressivo, passivo, manipulador, assertivo. · Comunicação assertiva – vantagens, componentes verbais e não-verbais, técnicas. · Escuta ativa, empatia e controlo emocional. · Processamento interno da informação – fonético, literal	· Organizar a informação a comunicar. · Adaptar a comunicação oral e escrita ao interlocutor e ao contexto. · Interpretar informação de diferentes interlocutores em contexto presencial e não presencial. · Identificar as expetativas do interlocutor. · Utilizar técnicas de comunicação verbal e não verbal assertiva. · Formular questões, pedir esclarecimentos ou colocar dúvidas para interpretar e/ou explicitar a mensagem. · Partilhar informação com diferentes interlocutores. · Reportar informação profissional. · Aplicar técnicas de interação orais e escritas. · Aplicar técnicas de tratamento e resolução de conflitos. · Autoavaliar o seu desempenho no âmbito do processo de comunicação.	· Responsabilidades pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Cuidado com a imagem e postura profissional. · Assertividade. · Escuta ativa. · Empatia. · Controlo emocional. · Autoconfiança. · Respeito pela diferença. · Autoconhecimento. · Sentido crítico. · Cooperação com a equipa. · Sentido de organização.

(significado) e reflexivo (empático). · Perguntas no processo de comunicação – abertas, fechadas, retorno, reformulação. · Mensagem - construção, adaptação, envio, receção e interpretação. · Imagem e comunicação – autoimagem e autoconceito, primeiras impressões, expetativas e motivação. · Técnicas de programação neurolinguística (PNL) na comunicação. · Relações interpessoais no trabalho. · Conflito nas relações interpessoais – tipos e técnicas de resolução de conflitos. · Avaliação do processo de comunicação – *feedback*, resposta e reação.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Comunicar e interagir em contexto profissional

CD1. Adaptando a linguagem e a comunicação ao tipo de canal utilizado, ao público-alvo e ao contexto.

CD2. Demonstrando assertividade e uma imagem positiva de si e da sua organização.

CD3. Demonstrando uma comunicação verbal e não verbal empática e ajustada ao interlocutor.

CD4. Produzindo um texto escrito de forma clara e articulada, de acordo com a norma, aplicando técnicas de redação de documentos profissionais.

CD5. Avaliando o resultado do seu desempenho e contributo para a melhoria do processo de comunicação.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Recursos multimédia e audiovisuais.
- Ferramentas de interação e de comunicação.
- Boas práticas na comunicação.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC00044/UC 00023	Interagir em inglês no serviço de informação turística

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES

R1. Interpretar e selecionar informação especializada, verbal e não verbal, em suportes variados de informação turística.

R2. Transmitir enunciados orais coerentes no âmbito de informação turística.

R3. Redigir textos articulados e coesos relacionados com informação turística.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Léxico (Vocabulário) – artesanato e etnologia local, património artístico, gastronomia local, paisagem natural, atividades turísticas, património histórico, serviços turísticos locais, recursos turísticos locais, transportes, serviços de saúde, canais para divulgar a informação turística local. · Funções da linguagem. · Estruturas do funcionamento da língua - sons, entoações e ritmos da língua, símbolos fonéticos, nomes, pronomes, adjetivos, advérbios, determinantes e artigos, elementos de ligação frásica, verbos. · Sintaxe. · Regras básicas de produção de documentos escritos. · Regras de cortesia e convenções linguísticas.	· Utilizar procedimentos de pesquisa e recolha de informação para transmitir ao cliente informação turística local. · Mobilizar recursos linguísticos relacionando informação de áreas e fontes diversificadas para apresentar a informação turística local ao cliente. · Atender o cliente presencialmente, online e por telefone. · Iniciar, manter e terminar conversas durante a apresentação ao cliente da informação turística. · Informar o cliente acerca do património histórico e artístico local, da gastronomia e da paisagem natural, dos recursos, dos transportes, dos serviços de saúde e dos serviços turísticos locais. · Informar o cliente acerca das disponibilidades de programas turísticos e das condições de reserva através de uma exposição clara. · Efetuar marcações de viagens, excursões e passeios turísticos, alugar veículos e/ou adquirir bilhetes para espetáculos, visitas, entre outros.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Empatia. · Assertividade. · Escuta ativa. · Empenho e persistência na resolução de problemas. · Sentido crítico. · Respeito pelas diferenças individuais. · Disponibilidade para aprender. · Respeito pelas regras e normas definidas.

	• Responder a perguntas diretas durante a prestação da informação turística. • Reconhecer e utilizar o vocabulário específico durante a prestação da informação turística. • Descodificar perguntas e pedidos de informação acerca da informação turística local. • Trocar, verificar e confirmar informações durante o serviço de informação turística. • Transmitir informações concretas e diretas durante a prestação da informação turística. • Utilizar linguagens não verbais durante todas as comunicações com o cliente. • Distinguir informação essencial da informação acessória em textos e suportes diversificados. • Escrever ou responder a uma carta, *e-mail* e outro tipo de mensagens para fazer um pedido ou transmitir informações. • Redigir notas, relatórios e preencher formulários.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Interagir em inglês no serviço de informação turística

CD1. Identificando o contexto, a ideia principal, distinguindo informações simples e de maior complexidade do discurso oral e do texto escrito.

CD2. Comunicando oralmente de forma precisa e eficaz, ao longo de toda a atividade, com recurso ao vocabulário técnico requerido, com ritmo e entoação apropriados e adaptando o discurso ao registo do interlocutor.

CD3. Utilizando vocabulário, estruturas frásicas diversas e formas de tratamento adequados à situação comunicativa oral e escrita e ao público-alvo.

CD4. Produzindo um texto escrito de forma clara e articulada, de acordo com a sua finalidade e público-alvo.

CD5. Aplicando técnicas de redação de documentos profissionais e usando as regras de ortografia, de pontuação e de acentuação.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à Internet.
- Programas turísticos locais, regionais, outros.
- Conteúdos multimédia.
- Ferramentas de tradução, dicionários entre outros.
- Informação/bibliografia.

OBSERVAÇÕES

Esta UC permite a comunicação em Língua Inglesa ao nível do utilizador independente (QECR, Escala Global, Nível B: Utilizador Independente; Conselho da Europa, 2001).

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00024	Implementar as normas de segurança e saúde no trabalho no setor do turismo

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Analisar os princípios gerais sobre segurança e saúde no trabalho. R2. Aplicar medidas e procedimentos de segurança e saúde no trabalho.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Princípios de segurança e saúde no trabalho. · Normas e disposições relativas à segurança e saúde no setor do Turismo – legislação. · Plano de segurança do estabelecimento. · Plano de prevenção de acidentes. · Plano de prevenção de incêndios. · Plano de evacuação. · Plano contra roubos. · Manuais de segurança. · Meios e regras de segurança no setor do Turismo. · Equipamentos de proteção individual (EPI), métodos de supressão da negligência e falta de atenção, proteção de máquinas e ergonomia. · Regras de segurança na condução de equipamento e na movimentação de materiais - normas do vestuário, prevenção de choques elétricos, movimentação de peças pesadas. · Causas de acidentes no trabalho - acidentes de movimentação, choques e quedas, acidentes provocados por ferramentas e máquinas em movimento, choques elétricos, acidentes provocados por agentes químicos e gases, queimaduras. · Caixa de primeiros socorros. · Situações de emergência - perda de sentidos, feridas aberta e fechada, queimadura, choque elétrico, eletrocussões, ataque	· Identificar as normas relativas à segurança e saúde no trabalho. · Interpretar o plano de segurança do estabelecimento. · Reconhecer os manuais de segurança. · Aplicar medidas de prevenção do risco. · Aplicar os procedimentos em caso de acidente de trabalho. · Aplicar os procedimentos de emergência. · Aplicar medidas de prevenção de roubo. · Distinguir os diferentes tipos de incêndio e respetivos sistemas de deteção e de extinção. · Aplicar medidas de prevenção de incêndios. · Utilizar o extintor. · Utilizar equipamentos de proteção individual. · Reportar a situação de emergência.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Autocontrolo. · Sentido de organização. · Cooperação com a equipa. · Respeito pelas normas de segurança.

cardíaco, entorses ou distensões, envenenamento, queimaduras. · Causas de incêndio - sistema de aquecimento e cozedura, chaminé e tubos de fumo, materiais inflamáveis, aparelhos elétricos, trabalhadores e outras pessoas fumadoras. · Tipos de incêndio. · Sistemas de deteção. · Tipos de extintores. · Incêndio - plano de ataque, manipulação de extintores, acionamento do sistema automático. · Técnicas de extinção de incêndio de gás.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Implementar as normas de segurança e saúde no trabalho no setor do turismo

CD1. Considerando os tipos de risco existentes no posto de trabalho e respetivas medidas de segurança e preventivas.

CD2. Cumprindo as medidas de atuação em situação de emergência.

CD3. Respeitando o protocolo interno definido.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Agências de Viagens, Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Legislação sobre segurança e saúde no trabalho.
- Normativos específicos de segurança e saúde no trabalho.
- Documentação sobre segurança e saúde no trabalho - relatórios, folhetos, brochuras, outros.
- Equipamentos de proteção individual (EPI).
- Planos de prevenção de acidentes, de incêndios, de evacuação e de roubo.
- Planos de emergência.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC00054/UC 0025	Atuar em situações de emergência no turismo

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Aplicar as normas e protocolos de atuação em situações de emergência. R2. Efetuar os procedimentos vitais da cadeia de sobrevivência do adulto e pediátrica para recuperar a vítima. R3. Assegurar as condições de segurança para o reanimador e para a vítima. R4. Executar o algoritmo de Suporte Básico de Vida (SBV) adulto e pediátrico. R5. Executar o algoritmo de Suporte Básico de Vida com utilização de Desfibrilhador Automático Externo (SBV-DAE). R6. Efetuar técnicas de socorrismo em situação de acidente e trauma.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Situações de emergência no turismo - princípios, tipos de emergência, âmbito de intervenção geral e de técnicos especializados, Sistema Integrado de Emergência Médica (SIEM). · Protocolos de atuação em situações de emergência - doença súbita, acidente, incêndio e evacuação. · Protocolos de atuação e as condições de segurança do local, da vítima e do socorrista. · Socorro à vítima - exame primário e exame secundário. · Cadeia de sobrevivência. · Algoritmo de Suporte Básico de Vida Adulto e Pediátrico - Manobras de Suporte Básico de Vida, Posição lateral de segurança, Algoritmo de desobstrução da via aérea. · Algoritmo de Suporte Básico de Vida com Desfibrilhador Automático Externo (DAE) - regras de segurança, Algoritmo de SBV com DAE. · Tipos de doença e acidentes mais frequentes - receção e	· Preparar o local de trabalho e eventos de modo a evitar acidentes. · Reconhecer os limites de atuação em caso de intervenção. · Identificar os sinais e sintomas de doença ou trauma de clientes ou colaboradores. · Aplicar os procedimentos da cadeia de sobrevivência. · Avaliar as condições de segurança do reanimador, vítima e terceiros. · Retificar as condições de segurança · Permeabilizar a via aérea e avaliar a respiração. · Transmitir informação relativa à situação de emergência. · Colocar a vítima (adulto ou criança) em posição lateral de segurança. · Executar manobras de desobstrução de via aérea em vítimas de engasgamento. · Executar manobras de suporte básico de vida nas vítimas em paragem cardiorrespiratória. · Aplicar técnicas de primeiros socorros em vítimas de trauma.	· Preparar o local de trabalho e eventos de modo a evitar acidentes. · Reconhecer os limites de atuação em caso de intervenção. · Identificar os sinais e sintomas de doença ou trauma de clientes ou colaboradores. · Aplicar os procedimentos da cadeia de sobrevivência. · Avaliar as condições de segurança do reanimador, vítima e terceiros. · Retificar as condições de segurança · Permeabilizar a via aérea e avaliar a respiração. · Transmitir informação relativa à situação de emergência. · Colocar a vítima (adulto ou criança) em posição lateral de segurança. · Executar manobras de desobstrução de via aérea em vítimas de engasgamento. · Executar manobras de suporte básico de vida nas vítimas em paragem cardiorrespiratória. · Aplicar técnicas de primeiros socorros em vítimas de trauma.

andares, cozinha, bar e restaurante, spa, atividades lazer e desporto. · Primeiros socorros. · Técnicas de atuação - AVC, convulsões, choque, desmaios, desidratação, cortes, feridas, fraturas, hemorragias, hiperglicemia/hipoglicémia, insolação, intoxicação e queimaduras, outras. · Técnicas de comunicação de suporte em situações de emergência. · Técnicas de gestão de stress em situações de emergência - inteligência emocional, pensamento positivo, controlo da respiração, organização de prioridades, aceitação da realidade, outras. · Regras de segurança e saúde no trabalho. · Equipamentos de proteção individual – regras de utilização. · Procedimentos para a gestão de resíduos.	· Aplicar técnicas de primeiros socorros em vítimas de doença súbita. · Aplicar técnicas de gestão de stress. · Utilizar os equipamentos de proteção individual.	· Aplicar técnicas de primeiros socorros em vítimas de doença súbita. · Aplicar técnicas de gestão de stress. · Utilizar os equipamentos de proteção individual.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Atuar em situações de emergência no turismo

CD1. Cumprindo os protocolos internos com respeito pelos limites de atuação, sigilo e privacidade do cliente.

CD2. Cumprindo o planeamento de contingência e de resposta em emergência, de acordo com as orientações de abordagem à vítima e reanimação (SBV e/ou DAE).

CD3. Mantendo o controlo emocional e promovendo a calma entre os presentes.

CD4. Cumprindo as regras de comunicação de suporte em contexto de intervenção.

CD5. Agindo ativamente na prevenção de acidentes e gestão de situações de emergência, de acordo com o protocolo organizacional.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Espaços, ambientes onde se realizam atividades de animação turística.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Manual de primeiros socorros.
- Protocolos de atuação em situações de emergência.
- Protocolo de atuação em caso de doença súbita ou acidente.

- Contactos dos serviços de emergência.
- Equipamentos de socorrismo – máscara de bolso com válvula unidirecional (ou similar), desfibrilhador automático externo de treino, equipado, material de insuflação/via aérea/oxigenoterapia.
- Procedimentos de segurança e saúde aplicáveis.
- Equipamentos de proteção individual (EPI).
- Procedimentos para a gestão de resíduos.

OBSERVAÇÕES

Esta unidade de competência (UC) cumpre todos os requisitos definidos pelo INEM, I.P. para o Suporte Básico de Vida (SBV) adulto e pediátrico e para o Suporte Básico de Vida com Desfibrilhação Automática Externa (SBV-DAE).

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00071/UC 00026	Interagir em língua estrangeira no serviço de informação turística

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES		
R1. Interpretar e selecionar informação relevante simples, verbal e não verbal, em suportes variados de informação turística. R2. Transmitir enunciados orais simples no âmbito de informação turística. R3. Redigir textos simples relacionados com informação turística.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Léxico (Vocabulário) – artesanato e etnologia local, património artístico, gastronomia local, paisagem natural, atividades turísticas, património histórico, serviços turísticos locais, recursos turísticos locais, transportes, serviços de saúde, canais para divulgar a informação turística local. · Funções da linguagem. · Estruturas do funcionamento da língua - sons, entoações e ritmos da língua, símbolos fonéticos, nomes, pronomes, adjetivos, advérbios, determinantes e artigos, elementos de ligação frásica, verbos. · Sintaxe. · Regras básicas de produção de documentos escritos. · Regras de cortesia e convenções linguísticas.	· Utilizar procedimentos de pesquisa e recolha de informação para transmitir ao cliente informação turística local com expressões simples. · Atender o cliente presencialmente, online e por telefone na receção hoteleira com expressões simples. · Participar em conversas elementares durante o atendimento ao cliente na receção. · Informar o cliente, de forma simples, acerca do património histórico e artístico local, da gastronomia e da paisagem natural, dos recursos, dos transportes, dos serviços de saúde e dos serviços turísticos locais. · Informar o cliente, através de uma exposição simples, acerca das disponibilidades de programas turísticos e das condições de reserva. · Efetuar marcações de viagens, excursões e passeios turísticos, alugar veículos e/ou adquirir bilhetes para espetáculos, visitas, entre outros. · Responder a perguntas diretas simples durante a prestação da informação turística. · Reconhecer e utilizar o vocabulário específico durante a	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Empatia · Assertividade. · Escuta ativa. · Empenho e persistência na resolução de problemas. · Sentido crítico. · Respeito pelas diferenças individuais. · Disponibilidade para aprender. · Respeito pelas regras e normas definidas.

	prestação da informação turística. · Descodificar perguntas e pedidos de informação simples acerca da informação turística local. · Trocar, verificar e confirmar informações simples durante o serviço de informação turística. · Transmitir informações concretas e diretas durante a prestação da informação turística. · Utilizar linguagens não verbais durante todas as comunicações com o cliente aquando da prestação da informação turística. · Selecionar informação essencial em textos e suportes diversificados. · Escrever ou responder de forma simples a uma carta, e-mail e outro tipo de mensagens para fazer um pedido ou transmitir informações. · Redigir notas e mensagens simples e curtas, e preencher formulários.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Interagir em língua estrangeira no serviço de informação turística

CD1. Identificando o contexto, a ideia principal e informações simples do discurso oral, comunicados de forma clara e pausada, bem como do texto escrito.

CD2. Comunicando oralmente de forma simples, ao longo de toda a atividade, com recurso ao vocabulário técnico requerido.

CD3. Utilizando vocabulário e formas de tratamento adequados à situação comunicativa oral e escrita e ao público-alvo.

CD4. Identificando a informação essencial num texto escrito de cariz profissional.

CD5. Aplicando técnicas de redação de documentos profissionais simples e curtos e usando as regras de ortografia, de pontuação e de acentuação.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Empresas do setor turístico.
- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Conteúdos multimédia.
- Ferramentas de tradução, dicionários, entre outros.

OBSERVAÇÕES

Esta UC deverá ser desenvolvida ou reconhecida considerando uma das seguintes línguas estrangeiras: alemão, espanhol, francês, finlandês, neerlandês, italiano, norueguês, russo, sueco.

Esta UC permite a comunicação em Língua Estrangeira ao nível do utilizador elementar (QECR, Escala Global, Nível A: Utilizador Elementar; Conselho da Europa, 2001).

OPCIONAIS

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00031/UC 00027	Criar e desenvolver ideias de negócio

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Efetuar a prospeção de mercado e oportunidades de negócio. R2. Analisar ideias de criação de negócios. R3. Desenvolver a ideia de negócio. R4. Avaliar a viabilidade da ideia de negócio.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Empreendedorismo – princípios. · Criatividade – definição e processo criativo. · Inovação e seus tipos. · Modelos e técnicas de geração de ideias – *design thinking*, análise das tendências de mercado e do público-alvo. · Criação de valor - nível individual, social e económico. · Identificação e satisfação de necessidades de produtos/serviços. · Propriedade intelectual – importância, vantagens da proteção. · Transformação de uma ideia numa oportunidade de negócio. · Negócio e suas etapas. · Formas de recolha de informação sobre ideias e oportunidades de negócio/mercado – forma direta (clientes, concorrência, eventuais parceiros ou promotores) e indireta (estudos de mercado, viabilidade e informação disponível online ou noutros suportes). · Tipo de informação a recolher - negócio, mercado (nacional, europeu e internacional), concorrência, produtos, serviços, local, instalações e equipamento, transporte, armazenamento e gestão de *stocks*, meios de promoção e clientes,	· Recolher e analisar informação sobre ideias e oportunidades de negócio. · Aplicar a técnica de benchmarking. · Identificar necessidades, tendências e desafios. · Descrever a ideia de negócio. · Identificar as etapas da criação do negócio. · Caraterizar as atividades, potenciais clientes e mercado do negócio. · Identificar o financiamento, apoios e incentivos ao desenvolvimento do negócio. · Proceder à análise da viabilidade da ideia e oportunidade do negócio e/ou produto.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Autoconfiança. · Visão empreendedora. · Iniciativa. · Sentido criativo. · Sentido crítico. · Flexibilidade e adaptabilidade. · Persistência. · Autocontrolo. · Empatia. · Escuta ativa. · Cooperação com a equipa. · Sentido de organização.

financiamento, custos, vendas, lucros e impostos. • Modelo de negócio - "Canvas", "Cadeia de valor de Porter", outros. • Definição do negócio, clientes e mercados a atingir. • Tipo de negócio - natureza e constituição jurídica do negócio. • Financiamento, apoios e incentivos à criação de negócios - meios e recursos de apoio à criação de negócios, serviços e apoios públicos e privados, capitais próprios, parcerias. • Validação da ideia de negócio – análise crítica do mercado (estudos de mercado, segmentação de mercado), do negócio e/ou produto (vantagens e desvantagens, potencial de desenvolvimento, consequências e efeito no mercado/sociedade/ ambiente). • Boas práticas na criação de negócios.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Criar e desenvolver ideias de negócio

CD1. Analisando o mercado para a identificação de novos produtos/serviços.

CD2. Definindo metas e etapas de organização e monitorização do plano operacional.

CD3. Identificando fatores críticos de sucesso.

CD4. Realizando a análise da sua viabilidade.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Empresas do setor turístico.
- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Documentação contendo exemplos de negócios.
- Boas práticas na criação de negócios.
- Estudos de mercados, estatísticas nacionais e internacionais, meios de comunicação social.
- Ferramentas de planeamento estratégico e operacional.
- Software de análise e tratamento de dados (base de dados, folha de cálculo, outros).
- Sistema de informação de apoio ao planeamento e avaliação.
- Ferramentas de apoio à construção do modelo financeiro do plano de negócios.
- Modelo de negócios - "Canvas", "Cadeia de valor de Porter", entre outros.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00032/UC 00028	Elaborar o plano de negócios

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES

R1. Estabelecer o âmbito de atuação e os objetivos estratégicos do negócio a desenvolver.

R2. Planear e descrever os recursos humanos, físicos e financeiros necessários ao projeto.

R3. Planear e descrever a estratégia comercial.

R4. Estabelecer a forma de gestão e controlo do negócio.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Plano de negócios – definição, objetivos e estrutura. · Tipos de planos de negócios. · Planeamento de ação - a visão e a missão, o mercado subjacente, a nova ideia e o seu posicionamento no mercado. · Estudos de mercado - tipologias e segmentação de mercado, técnicas de estudo de mercado. · Objetivos SMARTER. · Análise, formulação e posicionamento estratégico - análise SWOT. · Estratégias de penetração no mercado. · Modelo de negócios. · Tecnologia/processo. · Concorrentes. · *Marketing* – marca, posicionamento e mercados, segmentos-alvo. · Circuitos e canais de vendas – diretos e indiretos. · Canais de distribuição. · Imagem e comunicação. · Plano de comercialização – etapas, atividades, recursos. · Recursos humanos. · Plano de investimento. · Plano de financiamento – estruturas, fontes, custos de financiamento. · Projeções/modelo financeiro – vendas, *cash-flow*, rentabilidade.	· Identificar, selecionar e explorar as fontes de informação relevantes. · Apresentar a ideia de negócio. · Fundamentar a viabilidade base do projeto/produto/ideia. · Identificar a dimensão do mercado, necessidades e segmentação de clientes, público-alvo e concorrentes. · Descrever os objetivos e atividades do projeto/produto/ideia. · Descrever o processo produtivo. · Calcular os custos de produção. · Identificar os concorrentes. · Definir a estratégia de *marketing*. · Definir os canais de venda e distribuição. · Identificar potenciais fornecedores. · Definir a estrutura de recursos humanos a envolver. · Calcular os investimentos iniciais. · Identificar as potenciais estruturas, fontes, período e fases de financiamento. · Realizar a projeção de vendas. · Calcular as projeções de *cash-flow*. · Aferir a viabilidade económico-financeira e sustentabilidade do projeto.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Autoconfiança. · Visão empreendedora. · Iniciativa. · Sentido criativo. · Sentido crítico. · Flexibilidade e adaptabilidade. · Persistência. · Autocontrolo. · Empatia. · Escuta ativa. · Cooperação com a equipa. · Sentido de organização.

• Plano de gestão e controlo do negócio – vendas, produção, informação financeira.	• Definir o cronograma de implementação. • Definir medidas de controlo e ações corretivas para eventuais desvios. • Descrever os pontos críticos de desenvolvimento do projeto.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Elaborar o plano de negócios

CD1. Apresentando um documento completo, claro e simples, com uma proposta de valor única, viável e sustentável.

CD2. Descrevendo a ideia/produto/projeto, o mercado e os recursos necessários.

CD3. Descrevendo a estratégia comercial.

CD4. Apresentando o planeamento ao nível do investimento e ao nível financeiro.

CD5. Apresentando o planeamento de gestão e controlo do negócio.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Empresas do setor turístico.
- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Estudos de mercados, estatísticas nacionais e internacionais, meios de comunicação social.
- Ferramentas de planeamento estratégico e operacional.
- *Software* de análise e tratamento de dados (base de dados, folha de cálculo, outros).
- Sistema de informação de apoio ao planeamento e avaliação.
- Ferramentas de apoio à construção do modelo financeiro do plano de negócios.

OBSERVAÇÕES

UC 00034/UC 00029	Colaborar e trabalhar em equipa

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Analisar a identidade pessoal e partilhada e respetivos comportamentos associados. R2. Colaborar na aplicação de dinâmicas facilitadoras do trabalho em equipa. R3. Colaborar na definição de estratégias de resolução de problemas e de tomada de decisão.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Identidade pessoal, social e profissional. · Fenómenos da dinâmica de grupo - influência social e papel social, normas sociais, atitudes e comportamentos facilitadores e dificultadores, padrão de grupo e motivação individual. · Trabalho em equipa - fatores pessoais, relacionais e organizacionais. · Equipa de trabalho - princípios de organização de grupo *vs.* equipa de trabalho, estilos comportamentais, estrutura e fases de desenvolvimento da equipa, perceção de desempenho individual, formas e técnicas de organização, cooperação e colaboração. · Comunicação assertiva - verbal e não-verbal, fatores facilitadores e inibidores. · Canais de comunicação presencial e não presencial. · Importância da comunicação no trabalho entre equipas - fluxos de comunicação, comunicação vertical e horizontal, *feedback* do desempenho. · Técnicas de negociação, de resolução de problemas e de tomada de decisão. · Gestão de tempo – técnicas, planeamento, autoavaliação e otimização das tecnologias. · Trabalho *online* ou teletrabalho - condições facilitadoras, equipas 4D e atitude partilhada.	· Identificar e analisar os estilos comportamentais individuais. · Identificar as competências individuais. · Identificar os papéis dos membros da equipa - competências e responsabilidades. · Reconhecer a fase de desenvolvimento de competências na qual a equipa se encontra. · Identificar os valores e as principais competências necessários para a equipa atingir o(s) objetivo(s) traçado(s). · Colaborar na definição dos mecanismos de coesão e controlo na equipa. · Colaborar na definição de tarefas e prazos para alcançar os objetivos traçados. · Participar na execução de tarefas predefinidas para a equipa. · Aplicar técnicas de comunicação em diferentes contextos. · Utilizar ferramentas de comunicação. · Partilhar informação presencialmente e/ou *online*. · Formular ideias e sugestões em diferentes contextos comunicacionais. · Trocar conhecimentos e experiências. · Identificar os princípios subjacentes à tomada de decisão.	· Responsabilidades pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Autoconhecimento. · Automotivação. · Assertividade. · Empatia. · Escuta ativa. · Cooperação com a equipa. · Empenho e persistência na resolução de problemas. · Sentido crítico. · Sentido criativo. · Flexibilidade e adaptabilidade. · Disponibilidade para aprender. · Respeito e valorização das diferenças individuais. · Respeito pela sensibilidade e bem-estar dos outros. · Respeito pelas regras e normas definidas.

• Saúde no trabalho - síndroma de *burnout*. • Organização das equipas na área profissional.	• Analisar problemas e tomar decisões. • Desenvolver rotinas em equipa em momentos formais, informais, presenciais e online. • Reconhecer sinais de *burnout* próprio e/ou dos colegas.	

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Colaborar e trabalhar em equipa:

CD1. Mobilizando os recursos pessoais para a obtenção dos melhores resultados da equipa.

CD2. Aplicando técnicas de comunicação e negociação adequadas aos interlocutores e ao contexto.

CD3. Analisando problemas e propondo soluções.

CD4. Gerando oportunidades de desenvolvimento e aprendizagem colaborativa.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à *internet*.
- Ferramentas de interação, de comunicação e produtividade.
- Recursos multimédia/audiovisuais.
- Boas práticas na comunicação.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00062/UC 00030	Prestar assistência a clientes em campo de golfe

PONTOS DE CRÉDITO: 2,5

REALIZAÇÕES
R1. Esclarecer o cliente acerca dos equipamentos de golfe e instalações. R2. Utilizar as funcionalidades da aplicação informática de registo de resultados e *handicaps*. R3. Cobrar os serviços prestados. R4. Aplicar estratégias de gestão de reclamações.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Receção de campos de golfe - conceitos e princípios. · Organização da receção do campo de golfe - secretariado e arquivo - e documentação de registo dos serviços. · Procedimentos relativos ao aluguer dos equipamentos de golfe. · Caraterísticas dos equipamentos de golfe. · Funcionamento do golfe - terminologia, regras, equipamentos, etiqueta do golfe. · Tipologia de clientes de campos de golfe - caraterísticas e necessidades. · Técnicas de atendimento e comunicação ao cliente via canais convencionais - presencial e telefone - e canais online - email, site, redes sociais, extranets, outros. · Tabelas de preços e condições do aluguer de material de golfe. · Normas de contabilidade e faturação para cobrança dos serviços prestados. · Sistema informático e funcionalidades do sistema de registo de resultados e handicaps. · Gestão das reclamações dos clientes - conceitos e princípios. · Gestão das situações de reclamação – estratégias e procedimentos.	· Descrever os equipamentos de golfe e suas finalidades ao cliente. · Interpretar os procedimentos e normas aplicáveis ao aluguer dos equipamentos de golfe. · Arquivar os documentos e tratar da informação referente à área do golfe na receção. · Acolher e saudar o cliente. · Informar e esclarecer o cliente sobre os horários, serviços e produtos disponíveis. · Aconselhar, registar e encaminhar o cliente. · Registar o aluguer dos equipamentos de golfe. · Registar os resultados e handicaps do cliente. · Atualizar as tabelas de preços. · Efetuar a cobrança dos serviços prestados ao cliente. · Utilizar as funcionalidades do sistema informático. · Selecionar os mecanismos existentes para encaminhar e/ou solucionar situações de reclamação.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. · Iniciativa. · Empenho. · Sentido de organização. · Escuta ativa. · Assertividade. · Sentido crítico. · Controlo emocional perante situações de reclamação.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Prestar assistência a clientes do campo de golfe:

CD1. Cumprindo os procedimentos internos para o aluguer, registo de equipamentos, de resultados e *handicaps*.

CD2. Demonstrando disponibilidade e empenho na satisfação do pedido do cliente.

CD3. Executando os procedimentos para efetuar a cobrança dos serviços prestados ao cliente.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Campos de Golfe.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Computador e sistema informático para registo, aluguer e cobrança dos equipamentos de golfe.
- Folhetos informativos sobre a área do golfe com propostas, nomeadamente como escolher os melhores tacos, os melhores sapatos para a prática de golfe, quais as melhores bolas, entre outras.
- Manual de procedimentos sobre aluguer de equipamentos.
- Manual de procedimentos para faturação dos serviços prestados.
- Normativos aplicáveis à gestão de reclamações.

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00063/UC 00031	Prestar informação sobre o turismo de saúde e bem-estar

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Analisar a informação requerida acerca do turismo de saúde e bem-estar. R2. Informar e esclarecer o cliente sobre os diferentes produtos e serviços de saúde e bem-estar.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
• Turismo de saúde e bem-estar – conceito e importância na atividade turística nacional. • Produtos e serviços do turismo de saúde e bem-estar. • Tipologias do turismo de saúde e bem-estar-talassoterapia, *wellness* ocupacional, termas/SPA/lazer, holístico, entre outros. • Oferta nacional de turismo de saúde e bem-estar - termalismo e SPA. • Termalismo - conceito e evolução histórica, social e cultural e papel na saúde e no turismo. • Termalismo em Portugal e no mundo. • Importância do termalismo no desenvolvimento nacional e regional. • Dicionário termal. • A água natural e o processo de mineralização - principais tipos de água mineral em Portugal e suas indicações terapêuticas. • Recurso hidrogeológico e a organização da atividade termal. • SPA e centros de bem-estar - conceito, caraterísticas, evolução histórica, tendência *wellness* e tipologias. • Importância do ***spa*** para o bem-estar e para o desenvolvimento regional e nacional. • Comunicação e relacionamento interpessoal.	• Caraterizar o turismo de saúde e bem-estar no país. • Reconhecer a relevância do turismo de saúde e bem-estar na atividade turística nacional. • Identificar a evolução do turismo de saúde e bem-estar. • Distinguir os produtos e serviços do turismo de saúde e bem-estar. • Definir o papel do turismo de saúde e bem-estar para o desenvolvimento regional e nacional. • Comunicar e interagir com o cliente. • Interpretar a legislação relativa ao turismo de saúde e bem-estar. • Apresentar produtos e serviços de apoio ao cliente.	• Responsabilidade e autonomia no âmbito da sua atividade. • Autonomia no âmbito das suas funções. • Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional. • Iniciativa. • Empenho. • Sentido crítico. • Empatia. • Escuta ativa. • Assertividade. • Sentido de organização.

• Legislação sobre turismo de bem-estar.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Prestar informação sobre o turismo de saúde e bem-estar

CD1. Evidenciando a importância da atividade para o turismo nacional.

CD2. Associando as caraterísticas dos recursos hidrogeológicos nacionais com a oferta de produtos e serviços.

CD3. Adequando a comunicação ao tipo e à solicitação do interlocutor.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Hotel & SPA.
- Termas.
- SPA e centros de estética e bem-estar.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Legislação normativa da atividade turística.
- Documentos estratégicos sobre o turismo de saúde e bem-estar, nomeadamente o Plano Estratégico Nacional do Turismo, entre outros.
- Legislação e documentos normativos sobre o turismo de saúde e bem-estar.
- Sites para pesquisa de informação, nacional e internacional, nomeadamente da Associação do Turismo de Saúde e Bem-Estar, do Turismo de Portugal, entre outros.

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00032	Criar e operacionalizar atividades de animação turística

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES
R1. Desenhar atividades de animação turística. R2. Planear atividades de animação turística. R3. Participar na organização e acompanhamento de atividades de animação turística. R4. Calcular os custos das atividades de animação turística.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Animação turística - principais características, enquadramento. · Programas de animação. · Técnicas de administração e coordenação, tarefas de programação, critérios e métodos para as tarefas. · Perfis dos clientes - faixa etária, níveis socioculturais, interesses. · Definição de atividades e programas de animação - objetivos estratégicos, destinatários, requisitos humanos e materiais. · Gestão legal e de riscos - segurança, seguros e licenças. · Atividade das empresas de animação turística e desportiva - definição e enquadramento, atividades e conceitos. · Atividades de animação desportiva - conceito e tipologias, atividades desportivas e recreativas como complemento dos produtos turísticos regionais. · Comunicação na animação turística e desportiva. · Perfil do animador turístico e do animador desportivo. · Enquadramento legal e regulamentos. · Logística - espaços, recursos técnicos e humanos. · Orçamentação.	· Caracterizar a animação turística. · Identificar o enquadramento da animação turística. · Descrever a organização e gestão de uma empresa de animação. · Dinamizar atividades de animação turística para diferentes grupos de clientes em diferentes espaços. · Planear e gerir as tarefas. · Gerir a calendarização. · Adequar o tipo de atividades e recursos à satisfação da procura turística. · Reconhecer a importância da animação e da sua aplicação no turismo. · Diferenciar e implementar as atividades de animação turística. · Utilizar técnicas de desenvolvimento de atividades desportivas e recreativas. · Identificar os custos de um programa de animação. · Orçamentar as atividades ou o programa de animação turística.	· Autonomia nas suas funções. · Sentido crítico. · Autoconfiança. · Sentido de organização. · Respeito pela diferença. · Iniciativa. · Proatividade. · Criatividade. · Dinamismo. · Assertividade. · Interajuda. · Empatia · Ter consciência das suas limitações e das dos outros. · Cooperação com diferentes equipas. · Respeito pelo ambiente · Respeito pela cultura.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Criar e operacionalizar atividades de Animação Turística

R1. Concebendo diferentes programas de animação turística.

R2. Planeando atividades e programas de animação turística.

R3. Colaborando na organização de atividades de animação turística.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Recursos multimédia/audiovisuais.
- Legislação da atividade turística.
- Estratégico Nacional do Turismo, entre outros.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00033	Produzir um evento turístico

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Conceber um evento turístico. R2. Colaborar na organização de um evento turístico.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Os eventos: caraterização, importância, tipologia, objetivos. · A indústria de eventos e a sua relação com o turismo. · A gestão e organização de eventos do setor turístico e hoteleiro, desportivo, corporativo e oficial. · Etapas na organização de eventos turísticos - estratégia, planeamento, organização, administração dos eventos, coordenação dos eventos. · Abordagem aos novos processos e estratégias de comunicação em eventos turísticos. · Estudos de caso - eventos turísticos nacionais e internacionais, experiências empresariais em eventos turísticos, os eventos durante o período da COVID e pós-COVID. · As regras de um evento - planeamento de eventos nas fases de pré-evento, evento e pós-evento. · Contactos com fornecedores - serviços de *catering*, fornecedores de entretenimento, empresas de logística, · Logística de um evento - transporte, alojamento, inscrições, convidados, entre outros.	· Reconhecer a importância e o papel dos eventos para a dinamização de um destino turístico. · Reconhecer o fenómeno de Turismo de Eventos como fator de renovação da oferta turística. · Identificar tipologias de eventos turísticos. · Diferenciar filosofia e objetivos dos diferentes de eventos. · Definir a estratégia para um evento turístico. · Desenhar um evento turístico. · Elaborar um guião básico para a organização de um evento turístico. · Aplicar as regras de planeamento de eventos. · Participar na organização de um evento. · Aplicar técnicas de comunicação e *marketing*. · Contactar e negociar com fornecedores. · Participar na gestão da logística do evento. · Aplicar as regras de protocolo na organização de eventos. · Interagir e fornecer informações aos participantes do evento. · Respeitar as normas de segurança e saúde no trabalho. · Cumprir as medidas de atuação em situação de emergência.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Flexibilidade. · Rigor. · Autonomia nas suas funções. · Proatividade. · Controlo emocional. · Adaptabilidade. · Empenho e persistência na resolução de problemas. · Resiliência. · Cooperação com a equipa.

• As regras de protocolo na organização de eventos oficiais, corporativos, desportivos e eventos do setor turístico e hoteleiro. • Normas de segurança e saúde no trabalho. • Medidas de atuação em situação de emergência.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Produzir um evento turístico

CD1. Definindo objetivos para eventos turísticos.

CD2. Concebendo e planeando eventos turísticos de acordo com o público-alvo e o destino.

CD3. Participando na organização e na coordenação da logística do evento.

CD4. Promovendo o evento turístico por meio de estratégias de *marketing* e comunicação.

CD5. Operacionalizando as normas do protocolo.

CD6. Cumprindo as normas e os regulamentos de segurança do evento.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Livros e manuais sobre gestão de eventos.
- Recursos multimédia e audiovisuais.
- Estudos de Caso de eventos turísticos de eventos turísticos bem sucedidos, como festivais, exposições, conferências e feiras.
- Tecnologia de gestão e produção de eventos turísticos, como aplicações de eventos e experiências virtuais.
- Manuais de boas práticas na comunicação.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00034	Implementar as regras de cortesia, etiqueta e protocolo no atendimento ao cliente

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Aplicar as regras de cortesia e etiqueta. R2. Aplicar as regras do protocolo no atendimento.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Imagem - requisitos de uma boa imagem pessoal e profissional, a importância da comunicação não verbal na projeção da imagem, apresentações e cumprimentos, vestuário profissional feminino e masculino. · Tratamentos honoríficos - oficiais, empresariais, eclesiásticos, nobiliárquicos, militares. · Cortesia no atendimento. · Protocolo aplicado à comunicação escrita. · Organização e comportamento em reuniões de trabalho, refeições, precedências, entre outros.	· Aplicar regras de atendimento empresarial. · Aplicar técnicas de comunicação adequadas às características dos clientes. · Selecionar e utilizar normas protocolares para clientes especiais. · Aplicar regras de comunicação e comportamento em reuniões. · Selecionar e adequar o vestuário profissional. · Respeitar as normas e o protocolo.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Iniciativa. · Autonomia nas suas funções. · Zelo. · Cuidado com a imagem pessoal e postura profissional. · Escuta ativa. · Respeito pelas regras e normas definidas.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Implementar as regras de cortesia, etiqueta e protocolo no atendimento ao cliente

CD1.Cumprindo as regras e o protocolo adotados.

CD2.Considerando a linguagem não verbal na projeção da imagem.

CD3. Respeitando os princípios fundamentais da comunicação escrita.

CD4.Respeitando as regras dos tratamentos, das situações de apresentações e cumprimentos e das precedências.

CD5. Utilizando uma imagem cuidada e vestuário profissional adequado.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivo eletrónico com acesso à internet.
- Documentação: normas e regulamentos sobre atendimento protocolar; normas protocolares para clientes especiais, grupos e comitivas; procedimentos de comunicação interna entre serviços.
- Equipamentos: vestuário profissional.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00035	Implementar as regras do protocolo oficial português

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES		
R1. Examinar as regras do protocolo oficial português. R2. Formalizar o protocolo oficial português em diferentes contextos.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
· Símbolos e precedências. · Símbolos nacionais. · Colocação de bandeiras. · Precedências. · Órgãos de soberania. · Organigrama do governo constitucional. · Oficiais – Lei de Precedências do Protocolo de Estado. · Comunicações oficiais. · Correspondência oficial. · Convites oficiais e não oficiais. · Cartões de visita. · Regras da comunicação telefónica. · Protocolo em refeições e viaturas. · Regras de ordenação.	· Identificar as regras do protocolo oficial português. · Reconhecer símbolos nacionais. · Interpretar normativos relativos a regras de colocação de bandeiras. · Analisar normas e regras oficiais de precedências. · Analisar comunicações oficiais. · Preparar comunicações e correspondência. · Interpretar e elaborar convites. · Aplicar regras em convites e cartões de visita. · Aplicar regras na comunicação telefónica. · Executar regras do protocolo oficial português em diferentes contextos.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia nas suas funções. · Flexibilidade. · Zelo. · Proatividade. · Resiliência. · Assertividade na comunicação. · Adequação ao contexto profissional. · Cuidado com a apresentação pessoal e postura profissional.

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Implementar as regras do protocolo oficial português

CD1. Considerando as regras e as normas vigentes.

CD2. Analisando a legislação e as normas a aplicar.

CD3.Demonstrando cuidado com a imagem pessoal e profissional.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Unidades Hoteleiras.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Livros e manuais sobre gestão do protocolo português.
- Documentos oficias sobre protocolo português - manual sobre colocação de bandeiras, Lei nº40/2006, Lei de Precedências do Protocolo de Estado, entre outros.

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 00055/UC 00036	Atuar em situações de segurança de pessoas e bens em hotelaria e restauração

PONTOS DE CRÉDITO: 2,25

REALIZAÇÕES
R1. Detetar os tipos de riscos, anomalias e incidentes que possam colocar em causa a segurança de pessoas e bens. R2. Executar os protocolos de atuação em emergências relacionadas com a segurança de pessoas e bens. R3. Informar relativamente à situação de risco e anomalia detetada.

CONHECIMENTOS	APTIDÕES	ATITUDES
· Princípios de gestão de situações de emergência em hotelaria e restauração. · Procedimentos de segurança de pessoas e bens na hotelaria e restauração - controlo de entrada e saídas para deteção de situações anómalas, controlo de acesso de pessoas não autorizadas nas áreas restritas ou reservadas, reporte ao responsável de situações anómalas ou incidentes, gestão de alarmes de intrusão e incêndio. · Riscos mais frequentes em contexto de hotelaria e restauração - riscos naturais, tecnológicos ou relacionados com o ambiente de trabalho, condições de segurança, carga de trabalho. · Medidas de apoio a pessoas e grupos em situações de risco e de emergência. · Medidas de prevenção e correção de anomalias - vigilância para situações de furto, agressões, incêndios, inundações, explosões, objetos perdidos, ameaças de bomba, entre outros. · Protocolos de atuação em situações de emergência - furtos, incêndios, inundações, explosões, ameaças de bomba, pessoas perdidas (crianças,	· Reconhecer princípios de gestão de situações de emergência em hotelaria e restauração no âmbito da segurança de pessoas e bens. · Distinguir as situações de risco mais frequentes. · Controlar entradas e saídas e o acesso de pessoas não autorizadas em áreas restritas ou reservadas. · Reportar situações anómalas ou incidentes. · Gerir alarmes de intrusão e incêndio e verificar a desobstrução e visibilidade dos meios e caminhos de evacuação. · Aplicar os procedimentos relativos aos protocolos de atuação em situações de risco e de emergência. · Prevenir furtos, agressões, incêndios, inundações, explosões, ameaças de bombas, outras. · Aplicar técnicas de gestão de *stress* e das emoções em caso de doença súbita ou acidente. · Utilizar os equipamentos de proteção individual. · Selecionar e transmitir informação aos interlocutores quanto a situações de risco ou emergência. · Reportar situações anómalas ou incidentes.	· Responsabilidade pelas suas ações. · Autonomia no âmbito das suas funções. · Empenho e persistência na resolução de problemas. · Controlo emocional perante situações de emergência. · Prontidão em caso de emergência. · Autorregulação. · Empatia. · Respeito pelo outro. · Escuta ativa. · Cooperação com a equipa. · Respeito pelas normas e protocolos de segurança de pessoas e bens. · Respeito pelas normas de segurança e saúde no trabalho.

pessoas com deficiência, outras), sismo, entre outras. · Procedimentos de primeira intervenção em situações de emergência - garantia de desobstrução e visibilidade dos meios e caminhos de evacuação, prontidão dos meios de intervenção, comunicação e reporte das situações ocorridas. · Âmbito de intervenção dos profissionais de hotelaria e restauração em situações de emergência. · Técnicas de gestão de *stress* em situações de emergência - inteligência emocional, pensamento positivo, controlo da respiração, organização de prioridades, aceitação da realidade, outras. · Segurança e saúde no trabalho - medidas de proteção e prevenção. · Equipamentos de proteção individual - regras de utilização. · Kit de primeiros socorros.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Atuar em situações de segurança de pessoas e bens em hotelaria e restauração

· Zelando pela sua segurança e de terceiros.

· Mantendo o controlo emocional perante situações de emergência.

· Respeitando as regras de comunicação de suporte em situações de emergência.

· Respeitando os protocolos de atuação para cada situação específica de emergência.

· Reportando a situação de risco e anomalia detetada.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

· Hotéis.

· Apartamentos turísticos.

· Pousadas.

- Aldeamentos turísticos.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Normas e orientações para prevenção e vigilância de situações de risco.
- Protocolos de atuação em caso de emergência – segurança de pessoas e bens.
- Contactos dos serviços de emergência.
- Procedimentos de segurança e saúde aplicáveis.
- Manual de procedimentos sobre técnicas de autocontrolo e gestão de *stress* em situações de alta tensão.
- Equipamentos de proteção individual (EPI).

OBSERVAÇÕES

UNIDADE DE COMPETÊNCIA

UC 000/UC 00037	Comunicar em Língua Gestual Portuguesa

PONTOS DE CRÉDITO: 4,5

REALIZAÇÕES		
R1. Integrar aspetos históricos e socioculturais da população surda. R2. Compreender enunciados simples. R3. Usar enunciados simples para comunicar. R4. Interagir em diálogos breves e simples.		
CONHECIMENTOS	**APTIDÕES**	**ATITUDES**
• Língua Gestual Portuguesa (LGP) – história dos Surdos; ensino da Língua Gestual e da Língua Gestual Portuguesa. • Biologia e neuropsicologia da surdez - perspetivas. • O cérebro surdo – linguagem e cognição na surdez; processamento linguístico e cognitivo; aquisição da linguagem e surdez; surdez e literacia. • Surdez e implante coclear. • Espaço visual e gramatical da Pessoa Surda – disposição de mobiliário e iluminação, apropriação do espaço visual, eliminação de ruídos visuais, outros. • Nomes gestuais e datilologia – alfabeto manual, significados de gestos, pausas, sequências de gestos, elementos naturais e não naturais no gesto, simetria dos movimentos a duas mãos, expressões faciais e corporais, gestos para pessoas e para ações. • Léxico - apresentação e identificação de pessoas; cumprimentos, agradecimentos e felicitações; números cardinais, ordinais e de identificação; cores; meses, estações do ano.	• Identificar a importância e evolução da LGP ao longo dos tempos. • Reconhecer a organização do espaço visual e gramatical da Pessoa Surda. • Eliminar barreiras visuais. • Reconhecer a importância do olhar na Pessoa Surda. • Estabelecer e manter contacto visual para a comunicação. • Reconhecer as regras de conversação. • Reconhecer a datilologia. • Organizar a informação a comunicar. • Executar gestos claros e inequívocos. • Soletrar palavras com recursos à datilologia. • Receber, cumprimentar e despedir-se do cliente. • Estabelecer diálogos muito simples. • Expressar concordância e discordância. • Autoavaliar o seu desempenho no âmbito do processo de comunicação em LGP.	• Responsabilidade pelas suas ações. • Autonomia no âmbito das suas funções. • Disponibilidade para aprender. • Assertividade e empatia na comunicação. • Autoconfiança. • Autocontrolo. • Cooperação. • Empenho e persistência na resolução de problemas. • Cuidado com a apresentação pessoal e a postura profissional. • Respeito pelas diferenças individuais. • Respeito pela privacidade do cliente. • Respeito pelas regras e normas definidas.

• Gramática - género e número; pronomes pessoais; determinantes e pronomes possessivos; conjunções; advérbios; estrutura frásica; classes de gestos; campos semânticos. • Avaliação do processo de comunicação em LGP – feedback, resposta e reação.		

CRITÉRIOS DE DESEMPENHO

Interagir em Linguagem Gestual Portuguesa

CD1. Usando um repertório elementar de gestos e expressões simples relativo ao contexto profissional.

CD2. Compreendendo e comunicando de forma lenta e distinta, incluindo longas pausas para a assimilação do significado, assegurando uma comunicação empática.

CD3. Aplicando as boas práticas de comunicação visual, recorrendo a um posicionamento correto e a recursos gestuais e não gestuais, a expressões faciais e corporais.

CD4. Demonstrando assertividade e uma imagem positiva de si e da sua organização

CD5. Avaliando o seu desempenho contribuindo para a melhoria da comunicação em LGP.

CONTEXTO (EXEMPLOS DE USO DA COMPETÊNCIA)

- Departamentos de turismo em organismos públicos e privados.
- Agências de Viagens.
- Operadores Turísticos.
- Hotéis.
- Apartamentos turísticos.
- Pousadas.
- Aldeamentos turísticos.

RECURSOS

- Dispositivos tecnológicos com acesso à internet.
- Manuais técnicos específicos de LGP.
- Documentação de apoio (escrita, audiovisual, multimédia) das técnicas de comunicação em LGP.

OBSERVAÇÕES

Esta UC tem como público-alvo as Pessoas Ouvintes para as quais a Língua Gestual Portuguesa se configura como Língua Não Materna.

A UC possibilita uma introdução básica à Língua Gestual Portuguesa para utilizador elementar A1 do QREC para as línguas Conselho da Europa.