

PLANIFICAÇÃO ANUAL MODULAR – ANO LETIVO 2026-27 12.ºANO – TT24 Carga horária anual (h/t): 138h / 166t
--

DISCIPLINA: Operações Técnicas em Empresas Turísticas
--

MÓDULO 8: SISTEMAS GLOBAIS DE DISTRIBUIÇÃO

HORAS: 40

TEMPOS LETIVOS: 48

COMPETÊNCIAS	OBJETIVOS	CONTEÚDOS	ESTRATÉGIAS	MATERIAIS	AVALIAÇÃO
- Este módulo traduz, numa linguagem técnica a origem de um canal eletrónico que criou o Sistema de Reservas por Computador (SRCs), o que significa que por detrás deste sistema se encontra uma base de dados que, inicialmente, apenas servia para reservas de voos. Mais recentemente os SRCs desenvolveram-se e passaram a ser usados por agências de viagens, respetivamente através dos programas Amadeus e Galileu e Worldspan, entre outros. Os Sistemas de Informação Turística on-line constituem igualmente, a base de tomada da decisão e gestão nas empresas turísticas. É cada vez maior a disponibilização on-line de informação	- Dominar os sistemas de informação das empresas turística; - Compreender a abrangência da informática nas empresas turísticas - Entender a operacionalidade dos diversos sistemas operativos disponíveis - Compreender a dimensão e poder da informação na sociedade da informação - Explicar a abrangência da informática nas empresas turísticas - Demonstrar e explicar a operacionalidade dos diversos sistemas operativos disponíveis - Utilizar o sistema informático de agências de viagens Galileu, - Utilizar pelo menos um sistema operativo - Perceber como diversos	1 Serviços eletrónicos de reservas em Amadeus ou Galileu 1.1 Introdução ao sistema de reservas 1.2 Assinar e encerrar o terminal 1.3 O IWS – Intelligent Workstation 1.4 Codificação e decodificação 1.5 Timetable 1.6 Availability 1.7 O Booking file 1.8 Venda (Sell) 1.9 OSI (Other service information) 1.10 Vendor Remarks 1.11 Enhanced booking file servicing (RQ) 1.12 Os SSR's (pedidos especiais) 1.13 Recuperação de uma reserva 1.14 A divisão de um Booking file (Divide) 1.15 Queues 1.16 Informações diversas 1.17 Currency 1.18 Global fares 1.19 A produção de documentos 1.20 Problemas com a impressão de bilhetes e itinerários	* Exposição oral * Apresentações PowerPoint (Método expositivo) * Utilização de computadores * Apelo à experiência e saberes dos alunos	* Documentos autênticos e fotocopiados * Fichas de trabalho e informativas * Biblioteca escolar * Internet e computadores * Projetor multimédia (data show) * Bibliografia indicada no programa.	* Avaliação Contínua * Participação oral e escrita. * Avaliação sumativa (teste de avaliação).

completa e atualizada sobre o mercado turístico e a possibilidade do cliente escolher e efetuar “à distância de um clic” a reserva do voo, hotel, automóvel, etc.. Assim o domínio por parte do aluno dos sistemas de informação que incluam facilidades de reserva, e em que a informação transmitida seja completa, facilita ao técnico de turismo o acesso à consulta de preços, reserva de alojamento, emissão de bilhetes on-line e a qualquer momento.	sistemas operativos apresentam, gerem, armazenam e partilham a informação.	2 Novos desafios (e-commerce).			
---	---	---------------------------------------	--	--	--

DISCIPLINA: Operações Técnicas em Empresas Turísticas

MÓDULO 10: PRINCÍPIOS BÁSICOS DE ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS

HORAS: 35

TEMPOS LETIVOS: 42

COMPETÊNCIAS	OBJETIVOS	CONTEÚDOS	ESTRATÉGIAS	MATERIAIS	AValiação
- Este módulo tem como objetivo proporcionar ao aluno o conhecimento dos princípios básicos subjacentes a esta temática, os seus impactos na atividade turística, bem como as metodologias utilizadas na sua organização. Os eventos são cada vez mais uma componente determinante na atividade turística, pelo que é de grande relevância para um técnico de Turismo saber como eles se organizam e os impactos que têm na realidade económica dos países e regiões.	- Definir eventos especiais; - Reconhecer as motivações que levaram à evolução dos eventos especiais no contexto da atividade turística; - Compreender o crescimento de empresas de eventos e da Indústria de eventos. - Distinguir os diferentes tipos de eventos especiais; - Reconhecer os atributos e utilizar os conhecimentos necessários para a gestão de um evento: o marketing dos eventos; - Conhecer as técnicas de planeamento, orçamentação e logística associados à organização de eventos.	- Contexto de evento: . Eventos especiais . Tipos de eventos - Estratégia de evento: . Planeamento . Marketing estratégico do evento - Administração do evento: . Patrocínio de eventos . Controlo e orçamentos - Coordenação de eventos: . Logística . Montagem de eventos . Avaliação de eventos.	* Exposição oral * Apresentações PowerPoint (Método expositivo) *Leitura e análise de documentos *Comentário de textos *Debates *Pesquisa dirigida *Trabalhos de grupo / individuais *Apresentação oral com suporte escrito e informático dos trabalhos/ pesquisas realizadas *Apelo à experiência e saberes dos alunos	* Documentos autênticos e fotocopiados * Fichas de trabalho e informativas * Biblioteca escolar * Internet e computadores * Projetor multimédia (data show) * Bibliografia indicada no programa.	* Avaliação Contínua * Participação oral e escrita. * Produção de trabalhos de grupo e respetivas apresentações orais. * Avaliação sumativa (teste de avaliação).

DISCIPLINA: Operações Técnicas em Empresas Turísticas

MÓDULO 11: OPERAÇÕES TÉCNICAS EM EMPRESAS DE ANIMAÇÃO E ORGANIZAÇÃO TURÍSTICA

HORAS: 35

TEMPOS LETIVOS: 42

COMPETÊNCIAS	OBJETIVOS	CONTEÚDOS	ESTRATÉGIAS	MATERIAIS	AValiação
Este módulo tem como objetivo desenvolver, acompanhar e operacionalizar as competências técnicas imprescindíveis e necessárias ao correto funcionamento das empresas de animação e organização turística. Neste módulo o aluno vai contactar com a realidade destas empresas numa perspectiva de conhecer a sua forma de atuar, bem como a importância de que se revestem para potenciar a atratividade dos destinos turísticos. No final do módulo sugere-se a apresentação de um estudo de caso.	. Desenvolver competências técnicas ao nível da organização, gestão e funcionamento de uma empresa de animação turística . Adequar o tipo de atividades e os recursos necessários à satisfação da procura turística tendo em conta a faixa etária e os níveis socioculturais diversificados	1. Critérios e métodos para as tarefas de programação e animação 2. Técnicas de administração e coordenação da animação 3. Gestão legal e de riscos (segurança, seguros e licenças) 4. Logística 5. Orçamentação	* Exposição oral * Apresentações PowerPoint (Método expositivo) * Leitura e análise de documentos * Debates * Pesquisa dirigida * Trabalhos de grupo / individuais * Apresentação oral com suporte escrito e informático dos trabalhos/ pesquisas realizadas * Apelo à experiência e saberes dos alunos	* Documentos autênticos e fotocopiados * Fichas de trabalho e informativas * Biblioteca escolar * Internet e computadores * Projetor multimédia (data show) * Bibliografia indicada no programa.	* Avaliação Contínua * Participação oral e escrita. * Produção de trabalhos de grupo e respetivas apresentações orais. * Avaliação sumativa (teste de avaliação).

DISCIPLINA: Operações Técnicas em Empresas Turísticas

MÓDULO 12: MARKETING TERRITORIAL E EMPRESARIAL

HORAS: 28

TEMPOS LETIVOS: 34

COMPETÊNCIAS	OBJETIVOS	CONTEÚDOS	ESTRATÉGIAS	MATERIAIS	AValiação
Este módulo surge enquanto ferramenta no desenvolvimento do negócio na ótica do cliente. Aborda conceitos centrais do marketing quer na sua vertente estratégica, quer na vertente operacional. Adapta conceitos do marketing à problemática dos lugares, na promoção das vantagens competitivas e na atração de visitantes e turistas. Expõe, ainda, conceitos centrais do marketing empresarial, articulando-o com a problemática da Qualidade do Serviço em turismo. Este módulo pretende, ainda, demonstrar ao aluno a importância da pesquisa de opinião e da análise quer de reclamações, quer de sugestões, como instrumentos de satisfação e fidelização dos clientes, no que respeita à promoção da melhoria da qualidade na prestação dos serviços turísticos. Como produto final do módulo sugere-se a apresentação de um estudo de caso.	. Reconhecer a importância do marketing territorial e empresarial no contexto da indústria turística . Conhecer conceitos de marketing territorial estratégico e marketing operacional . Reconhecer e utilizar as ferramentas do marketing estratégico e operacional . Adaptar as ferramentas do marketing estratégico e operacional à problemática do marketing dos lugares . Enquadrar o marketing como atividade de auscultação do cliente . Utilizar o marketing empresarial como metodologia de aferição do grau de satisfação do cliente, determinando os pontos fortes e pontos fracos do serviço prestado . Compreender os conceitos essenciais de pesquisa de marketing territorial e empresarial	1. Definição de Marketing Territorial e Empresarial 2. O Marketing Estratégico 2.1 Análise SWOT 2.2 A segmentação do negócio/atividade 2.3 Posicionamento do negócio/atividade 3. O Marketing Operacional 3.1 Política do Produto 3.2 Política do Preço 3.3 Política de Distribuição 3.4 Política de Comunicação 3.4.1 Relações Públicas 3.4.2 Publicidade 4. O Marketing de Lugares 4.1 A especificidade do Marketing de Lugares 4.2 Atração de visitantes e turistas através do Marketing de Lugares 4.3 Fidelização de visitantes e turistas através do Marketing de Lugares	* Exposição oral * Apresentações PowerPoint (Método expositivo) * Leitura e análise de documentos * Debates * Pesquisa dirigida * Trabalhos de grupo / individuais * Apresentação oral com suporte escrito e informático dos trabalhos/ pesquisas realizadas * Apelo à experiência e saberes dos alunos	* Documentos autênticos e fotocopiados * Fichas de trabalho e informativas * Biblioteca escolar * Internet e computadores * Projetor multimédia (data show) * Bibliografia indicada no programa.	* Avaliação Contínua * Participação oral e escrita. * Produção de trabalhos de grupo e respetivas apresentações orais. * Avaliação sumativa (teste de avaliação).

	. Identificar as principais perspetivas de análise dos processos de comunicação territorial por forma a identificar os processos de comunicação, as necessidades e os comportamentos das pessoas e organizações.				
--	---	--	--	--	--

O/A DOCENTE: Ivo Emanuel Mateus

