

|                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PLANIFICAÇÃO ANUAL MODULAR – ANO LETIVO 2026-27</b><br><b>10.ºANO – TT26</b><br><b>Carga horária anual(h/t):100H / 120T</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**DISCIPLINA:** TURISMO, INFORMAÇÃO E ANIMAÇÃO TURÍSTICA

**MÓDULO 1: UC 03611 - ANALISAR A OFERTA E A PROCURA DO MERCADO TURÍSTICO**

**HORAS:** 25

**TEMPOS LETIVOS:** 30

| COMPETÊNCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | CONTEÚDOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ESTRATÉGIAS                                                                                                                                                                                                          | MATERIAIS                                                                                                                                                                                                                                                                                       | AVALIAÇÃO                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Interpretação de Dados de Mercado:</b> Capacidade de recolher, ler e cruzar dados estatísticos (de fontes como o INE ou o Turismo de Portugal) para prever o comportamento de turistas.</p> <p><b>Segmentação Estratégica:</b> Aptidão para dividir o mercado em perfis de clientes específicos (nacionalidade, idade, motivação, orçamento) e desenhar ofertas à medida de cada nicho.</p> <p><b>Mapeamento da Oferta:</b> Capacidade de identificar e avaliar os recursos de um destino (alojamento, transportes, património e animação) para perceber a sua competitividade.</p> <p><b>Deteção de Tendências:</b> Competência</p> | <p><b>Analisar as variáveis</b> e as tendências macro e microeconómicas do setor turístico.</p> <p><b>Identificar oportunidades de negócio</b> emergentes no mercado do turismo.</p> <p><b>Segmentar o mercado de clientes</b> atuais e potenciais com base em produtos e serviços específicos.</p> <p><b>Elaborar ou atualizar informação</b> turística estruturada e relevante para o negócio ou destino.</p> | <p>1. A Procura Turística [1]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Conceito e formas</b> de procura no turismo.</li> <li><b>Características fundamentais</b> da procura e os fatores determinantes (económicos, demográficos, psicológicos e sociais).</li> <li><b>Dimensão e evolução</b> dos fluxos da procura.</li> <li><b>Perfil, motivações e comportamentos</b> do novo consumidor/turista.</li> <li><b>Análise e perspetivas</b> da procura a nível nacional e internacional.</li> </ul> <p>2. A Oferta Turística</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Definição, componentes e especificidades</b> da oferta.</li> <li><b>Componentes de base:</b></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Exposição oral</li> <li>* Apresentações PowerPoint (Método expositivo)</li> <li>* Utilização de computadores</li> <li>* Apelo à experiência e saberes dos alunos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Documentos autênticos e fotocopiados</li> <li>* Fichas de trabalho e informativas</li> <li>* Biblioteca escolar</li> <li>* Internet e computadores</li> <li>* Projetor multimédia (data show)</li> <li>* Bibliografia indicada no programa.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Avaliação Contínua</li> <li>* Participação oral e escrita.</li> <li>* Avaliação sumativa (teste de avaliação).</li> </ul> |

para antecipar novos padrões de consumo, como a procura por turismo sustentável, ecoturismo ou experiências digitais.

#### **Análise de**

**Distribuição:** Capacidade de avaliar como os produtos turísticos chegam ao cliente (agências físicas vs. plataformas digitais/OTAs) e sugerir os canais mais eficientes.

- o Transportes e acessibilidades.
- o Alojamento turístico.
- o Restauração e bebidas.

Serviços de viagens e visitas guiadas.

Componentes complementares:

Atrações turísticas e recursos patrimoniais/naturais.

Animação turística, eventos, conferências e atividades de lazer.

3. Dinâmicas e Tendências de Mercado

Fontes de informação: recolha e interpretação de dados estatísticos (ex: dados do Turismo de Portugal, INE ou OMT).

Segmentação de mercado: identificação de nichos e novos tipos de turismo (turismo sustentável, de natureza, cultural, etc.).

Canais de distribuição: o impacto do ambiente digital e das OTAs (Online Travel Agencies) na articulação entre a oferta e a procura

**DISCIPLINA: TURISMO, INFORMAÇÃO E ANIMAÇÃO TURÍSTICA**

**MÓDULO 2: UC 00038 – PRESTAR INFORMAÇÃO SOBRE O SETOR TURÍSTICO**

**HORAS: 50**

**TEMPOS LETIVOS: 60**

| COMPETÊNCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | CONTEÚDOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ESTRATÉGIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | MATERIAIS                                                                                                                                                                                                                                  | AValiação                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>esquisar, selecionar e analisar</b> de forma autónoma a informação turística mais relevante e atualizada.</p> <p><b>Adequar a informação</b> técnica sobre o setor ao perfil, necessidades e expectativas de cada tipo de cliente (nacional ou internacional).</p> <p><b>Prestar esclarecimentos claros</b> e estruturados sobre a oferta turística, destinos, produtos e serviços.</p> <p><b>Utilizar ferramentas de informação</b> (digitais ou analógicas) para apoiar o atendimento e a promoção do destino.</p> | <p>O formando deverá ser capaz de alcançar as seguintes realizações chave:</p> <p><b>R1:</b> Analisar a informação requerida acerca do setor do Turismo.</p> <p><b>R2:</b> Informar e esclarecer o cliente sobre o setor do Turismo.</p> <p><b>Competência prática esperada:</b> Contextualizar a evolução histórica do turismo, os seus marcos de desenvolvimento e o aparecimento de novos produtos, sabendo adequar a linguagem e a comunicação ao perfil e a solicitação de cada interlocutor.</p> | <p><b>Evolução e Enquadramento do Turismo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Turismo – antecedentes e evolução histórica.</li> <li>Influência socioeconómica do fenómeno turístico na atualidade.</li> </ul> <p><b>Tipologias e Novas Tendências:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tipos de turismo (<i>turismo de lazer, de negócios, religioso, cultural, de saúde, de natureza e aventura</i>, entre outros).</li> <li>Novas tendências do Turismo – novos produtos e serviços turísticos no mercado global.</li> </ul> <p><b>Estratégia e Setor em Portugal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estratégias de promoção de produtos e serviços turísticos.</li> </ul> | <p>* Exposição oral</p> <p>* Apresentações PowerPoint (Método expositivo)</p> <p>* Leitura e análise de documentos</p> <p>* Comentário de textos</p> <p>* Debates</p> <p>* Pesquisa dirigida</p> <p>* Trabalhos de grupo / individuais</p> <p>* Apresentação oral com suporte escrito e informático dos trabalhos/ pesquisas</p> | <p>* Documentos autênticos e fotocopiados</p> <p>* Fichas de trabalho e informativas</p> <p>* Biblioteca escolar</p> <p>* Internet e computadores</p> <p>* Projetor multimédia (data show)</p> <p>* Bibliografia indicada no programa.</p> | <p>* Avaliação Contínua</p> <p>* Participação oral e escrita.</p> <p>* Produção de trabalhos de grupo e respetivas apresentações orais.</p> <p>* Avaliação sumativa (teste de avaliação).</p> |

|  |  |                                                                                                                                                                                               |  |  |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
|  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fatores críticos de sucesso do Turismo em Portugal.</li> <li>• Papel e funcionamento dos principais organismos internacionais do Turismo.</li> </ul> |  |  |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|

## DISCIPLINA: TURISMO, INFORMAÇÃO E ANIMAÇÃO TURÍSTICA

### MÓDULO 3: UC – 03623 – PROMOVER O TERRITÓRIO COMO DESTINO TURÍSTICO

**HORAS: 50**
**TEMPOS LETIVOS: 60**

| COMPETÊNCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | OBJETIVOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | CONTEÚDOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ESTRATÉGIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | MATERIAIS                                                                                                                                                                                                                                                                                       | AVALIAÇÃO                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Inventariar e diagnosticar recursos:</b> Capacidade de mapear os ativos naturais, culturais, gastronómicos e históricos de uma região, avaliando o seu potencial de atração turística.</p> <p><b>Segmentar e perfilar públicos-alvo:</b> Aptidão para identificar os diferentes perfis de turistas (nacionais e internacionais) e adequar a oferta local às suas motivações e necessidades.</p> <p><b>Desenvolver planos de promoção local:</b> Capacidade de desenhar e implementar ações de comunicação, campanhas digitais ou eventos que aumentem a notoriedade e a atratividade do território.</p> <p><b>Aplicar o Marketing Territorial:</b> Competência para desenhar estratégias de <i>branding</i> e posicionamento de marca que diferenciem o destino face à concorrência.</p> | <p><b>Avaliar os atributos do património territorial:</b> Identificar e valorizar a identidade local, tradições, recursos naturais e culturais que diferenciam a região. [1]</p> <p><b>Definir estratégias de comunicação:</b> Planear a mensagem e selecionar os canais e suportes promocionais adequados para alcançar os diferentes segmentos de público-alvo.</p> <p><b>Definir ações de marketing territorial:</b> Estruturar o composto de marketing (produto, preço, distribuição e promoção) adaptado às especificidades do destino regional.</p> <p><b>Operacionalizar ações de marketing territorial:</b> Executar e monitorizar campanhas práticas e parcerias colaborativas que captem o</p> | <p>1. Identidade e Recursos Territoriais [1]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Identidade local:</b> Tradições, património imaterial, costumes e a cultura das populações residentes.</li> </ul> <p><b>Inventariação de recursos:</b> Diagnóstico e mapeamento das atrações turísticas, infraestruturas, património natural e edificado.</p> <p><b>Valorização e diferenciação:</b> Transformação de recursos locais em produtos turísticos integrados e autênticos.</p> <p>2. Marketing Territorial e do Destino</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Conceito de marketing aplicado a territórios:</b> Objetivos, posicionamento de marca (<i>branding</i>) e criação da imagem do destino.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Exposição oral</li> <li>* Apresentações PowerPoint (Método expositivo)</li> <li>* Leitura e análise de documentos</li> <li>* Debates</li> <li>* Pesquisa dirigida</li> <li>* Trabalhos de grupo / individuais</li> <li>* Apresentação oral com suporte escrito e informático dos trabalhos/ pesquisas realizadas</li> <li>* Apelo à experiência e saberes dos alunos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Documentos autênticos e fotocopiados</li> <li>* Fichas de trabalho e informativas</li> <li>* Biblioteca escolar</li> <li>* Internet e computadores</li> <li>* Projetor multimédia (data show)</li> <li>* Bibliografia indicada no programa.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>* Avaliação Contínua</li> <li>* Participação oral e escrita.</li> <li>* Produção de trabalhos de grupo e respetivas apresentações orais.</li> <li>* Avaliação sumativa (teste de avaliação).</li> </ul> |

|  |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |  |  |
|--|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
|  | <p>interesse de turistas e investidores</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Segmentação de mercado:</b> Identificação do público-alvo e análise do comportamento do consumidor turístico.</li> <li>• <b>O Mix de Marketing no turismo:</b> Configuração e adaptação da oferta local, redes de distribuição e definição de valor.</li> </ul> <p>3. Comunicação Turística e Estratégias Promocionais</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Canais de comunicação:</b> Promoção em meios tradicionais (feiras, brochuras) e canais digitais (portais institucionais, redes sociais).</li> <li>• <b>Planos de ação promocional:</b> Campanhas de atratividade para combater a sazonalidade e promover a coesão do interior.</li> <li>• <b>O Mix de Marketing no turismo:</b> Configuração e adaptação da oferta local, redes de distribuição e definição de valor.</li> </ul> <p>3. Comunicação Turística e Estratégias Promocionais [</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Canais de comunicação:</b> Promoção</li> </ul> |  |  |  |
|--|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |  |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
|  |  | <p>o em meios tradicionais (feiras, brochuras) e canais digitais (portais institucionais, redes sociais).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Planos de ação promocional:</b> Campanhas de atratividade para combater a sazonalidade e promover a coesão do interior.</li> <li>• <b>Redes de cooperação:</b> Trabalho em parceria entre agentes públicos, privados e redes de turismo locais (<i>stakeholders</i>)</li> </ul> |  |  |  |
|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|

O/A DOCENTE:

Sónia Branquinho de Almeida