



Ministério das Finanças
e do Fomento Empresarial

Unidade de Coordenação do
Sistema Nacional de Qualificações



S I S T E M A
N A C I O N A L
DE QUALIFICAÇÕES

Qualificação Profissional

TÉCNICO/A DE AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO

HRT005.A1_5

Família Profissional Hotelaria, Restauração e Turismo

Ficha Técnica

Ministério das Finanças e do Fomento Empresarial
Unidade de Coordenação do Sistema Nacional de Qualificações (UC-SNQ)

Coordenador da UC-SNQ

Amílcar Mendes

Família Profissional: Hotelaria, Restauração e Turismo

Coordenadora do Comité Técnico Setorial (CTS)

Ana Maria Duarte Carvalho

Especialistas tecnológicos e formativos do Comité Técnico Setorial (CTS)

Albertina Gomes

Carlos Santos

Leila Gonçalves

Margarida do Rosário

Técnicos da UC-SNQ

Marlene Moreno

República de Cabo Verde | Cidade da Praia | Achada Santo António

Data Publicação Oficial

Março 2023 - BO nº 44, II Série

Contacto

Telefone: +238 333 70 55/76 | www.snq.cv | <https://www.facebook.com/ucsng/>

Índice

PERFIL PROFISSIONAL	3
UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)	4
UC1: CRIAR E ORGANIZAR VIAGENS COMBINADAS, PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS (UC20.1_5)	4
UC2: PROMOVER E VENDER OFERTA TURÍSTICA (UC22.1_5)	8
UC3: REALIZAR SERVIÇOS ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO EM OPERAÇÕES TURÍSTICAS (UC23.1_5)	11
UC4: COMUNICAR EM INGLÊS, COM UM NÍVEL DE DESEMPENHO INDEPENDENTE, NOS SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO TURÍSTICA (UC24.1_5)	13
PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	16
UNIDADES FORMATIVAS TRANSVERSAIS (UFT)	17
UF434: O Setor de Turismo em Cabo Verde	17
UF435: Sustentabilidade e Qualidade em Turismo	19
UF436: Turismo Inclusivo	21
UF437: Técnicas de Comunicação, Relacionamento Interpessoal e Trabalho em Equipa	24
UF438: Marketing Digital	26
UF440: Sistema de Distribuição Turística	28
Duração	28
MF1: CRIAÇÃO E OPERACIONALIZAÇÃO DE VIAGENS ORGANIZADAS, PRODUTOS E SERVIÇOS (MF20_5)	30
MÓDULOS FORMATIVOS (MF)	30
MF2: PROMOÇÃO E VENDA DE SERVIÇOS TURÍSTICOS E VIAGENS	34
OU PROMOÇÃO E VENDA DE OFERTA TURÍSTICA (MF22_5)	34
UF16: Mercado e Distribuição Turística	34
UF19: Qualidade na Distribuição Turística	36
UF21: Comercialização e atendimento ao Cliente em Agências de Viagens	38
UF18: Gestão de Reservas	43
MF4: SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS E FINANCEIROS EM OPERAÇÕES TURÍSTICAS (MF23_5)	45
MF5: INGLÊS PROFISSIONAL PARA SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO TURÍSTICA (MF24_5)	49
MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO	53

PERFIL PROFISSIONAL

HRT005.A1_5

TÉCNICO/A DE AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO

REVOGADO

PERFIL PROFISSIONAL			
Código	HRT005.A1_5	Denominação	TECNICO/A DE AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO
Nível	5	Família profissional	Hotelaria, Restauração e Turismo
Competência Geral		Criar e operar viagens combinadas, e vender serviços e produtos turísticos, realizando a gestão administrativa e financeira.	
Unidades de Competência (UC)	N.º	Denominação	Código
	1	Criar e operar viagens organizadas, produtos e serviços turísticos	UC20.1_5
	2	Promover e vender oferta turística	UC22.1_5
	3	Realizar serviços administrativo e financeiro em operações turísticas	UC23.1_5
	4	Comunicar em inglês, com um nível de desempenho independente, nos serviços de intermediação turística	UC24.1_5
Ambiente Profissional		Âmbito profissional: Desenvolve sua atividade em agências de viagens, operadores turísticos, e outras entidades dedicadas à intermediação turística.	
		Setores produtivos: Esta qualificação situa-se no setor turístico, principalmente nos subsetores de intermediação.	
		Ocupações e postos de trabalho relacionados: (CNP. 2010) 341400 Técnicos de turismo	
		Sugestões Técnicos de agência de viagens Técnicos de promoção e venda de produtos turísticos	

UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)

UC1: CRIAR E OPERAR VIAGENS ORGANIZADAS, PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Código: UC20.1_5

Nível: 5

Elementos de Competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)

EC1: Pesquisar, selecionar e processar informação turística local.

CD 1.1. As fontes de informação são identificadas e selecionadas em função do seguimento do mercado.

CD 1.2. As ferramentas necessárias para a recolha das informações são selecionadas.

CD 1.3. A informação turística é selecionada, organizada e arquivada.

EC2: Elaborar ofertas de viagens organizadas, adequadas e competitivas para a sua oferta no mercado, respondendo aos requisitos de uma demanda específica.

CD 2.1. A oferta própria e da concorrência, tanto atual como de épocas anteriores, é analisada no que se refere a:

- Quota de mercado;
- Destinos oferecidos (Cabo Verde) e Mercados Emissores;
- Importância da promoção turística;
- Cálculos de risco no destino;
- Características dos produtos, serviços e cumprimentos incluídos;
- Prestadores, opções e variáveis disponíveis;
- Retribuições impostas aos intermediários;
- Níveis de vendas e resultados económicos.

CD 2.2. A demanda de serviços e produtos turísticos é analisada, tendo em conta:

- As motivações de viagens;
- A capacidade económica;
- O inquérito de satisfação.

CD 2.3. O itinerário, as características da viagem organizada e os serviços incluídos, são determinados em função da análise do mercado e segmento a que se destina o produto ou das demandas específicas do cliente.

CD 2.4. Os serviços e os prestadores dos mesmos, incluídos numa viagem organizada são determinados, considerando as ofertas das agências de viagens recetoras (*in-coming*), operadores aéreos e outros intermediários turísticos.

CD 2.5. As ofertas e cotizações dos serviços são obtidas e selecionadas considerando as garantias de prestação nos termos previstos e os fatores que determinam a melhor relação qualidade/preço e a maior competitividade do produto final, aplicando, se for preciso, técnicas de negociação.

CD 2.6. O preço final da oferta turística é calculado tendo em conta o custo de aquisição/compra, as taxas adicionais e a margem de lucro, de acordo com a política da empresa.

CD 2.7. Os documentos que asseguram a disponibilidade e/ou confirmação dos serviços são formalizados, refletindo o compromisso dos prestadores e os termos de contratação, recorrendo, nos casos de intermediação, as condições definidas por esta.

CD 2.8. A oferta da viagem é definida, elaborando o desenho para a sua comercialização.

EC3: Gerir as reservas de forma a atingir ou exceder os níveis previstos de vendas.

- CD 3.1.** Os pedidos de reserva são atendidos para aconselhar sobre os destinos de forma a responder a satisfação dos clientes.
- CD 3.2.** Os pedidos de reserva são processados, garantindo a disponibilidade dos serviços pelos prestadores, gerindo a sua confirmação.
- CD 3.3.** A situação em que o pedido se encontra é comunicada, garantindo que é compreendido e aceite e, nos casos em que não seja possível confirmar uma viagem ou qualquer dos seus serviços, as alternativas possíveis são consideradas e comunicadas ao cliente, fornecendo argumentos para alcançar a aceitação.
- CD 3.4.** As reservas são registadas nos suportes estabelecidos, manuais ou informáticos, controlando o estado das quotas de ocupação, informando os prestadores sobre as vendas efetuadas e levando a cabo o seguimento das solicitações pendentes de confirmação.
- CD 3.5.** O preço da viagem é notificado ou reconfirmado, informando o montante do sinal e as datas do pagamento da quantidade restante.
- CD 3.6.** As características e especificidades da viagem são comunicadas ou reiteradas e, caso necessário, o contrato da viagem organizada, é formalizado ou constatada pelo prestador de serviço.
- CD 3.7.** Os termos em que as reservas foram confirmadas pelos prestadores, especialmente os que se referem aos tempos limites, pagamentos antecipados e liquidações, são regularmente controlados e as instruções para o seu cumprimento são atempadamente transmitidas.

EC4: Operar viagens organizadas assegurando a prestação dos serviços nas condições estabelecidas, alcançando a satisfação dos clientes.

- CD 4.1.** Os documentos de suporte dos direitos de percepção dos serviços, tais como passagens, *vouchers* e outros, são emitidos, ou a sua emissão é constatada para os vendedores intermediários, nos termos e prazos estabelecidos.
- CD 4.2.** A preparação da documentação e dos elementos complementares para serem entregues ou expedidos é realizada com a antecedência necessária ou prevista sobre a data de início da viagem.
- CD 4.3.** Os documentos de controlo requeridos pelos prestadores de serviços, listas de passageiros, *vouchers* e outros são elaborados, incluindo as observações relativas as especificidades dos serviços ou requerimentos especiais dos viajantes e remetidos no tempo e na forma previstos.
- CD 4.4.** As situações emergentes e insuficiências que ocorrem durante o desenvolvimento da viagem são resolvidas.
- CD 4.5.** O desenvolvimento da viagem e os serviços incluídos são avaliados e os relatórios previstos são elaborados e remetidos aos respetivos departamentos.

EC5: Programar e operar *transfers* individuais ou em grupo, cumprindo as especificações dos organizadores da viagem.

- CD 5.1.** As tarifas dos transportadores cujos serviços são necessários para a realização de *transfers* individuais ou em grupo são requeridas, negociadas e acordadas, e os preços básicos dos serviços de *transfers* mais habituais são determinados para efeitos da sua inclusão nos suportes de oferta.
- CD 5.2.** As petições de serviços de *transfers* são analisadas com a finalidade de determinar os meios de transporte e assistências requeridos, garantindo que dispõem de todos os dados necessários para a cotização e programação do serviço.
- CD 5.3.** As solicitações de *transfers* são confirmadas, indicando o preço e outras condições e, nos casos em que seja oportuno, solicitando o pagamento antecipado do serviço e fixando o prazo para o realizar.
- CD 5.4.** Os *transfers* confirmados são registados no suporte previsto e os serviços necessários para a sua realização são geridos com os prestadores, obtendo a respetiva confirmação.
- CD 5.5.** A operação do *transfers* é reconfirmada e controlada, assegurando a sua prestação nos termos previstos.

EC6: Desenvolver e planejar excursões e visitas de carácter regular ou por encomenda, garantindo a satisfação do cliente.

- CD 6.1.** Os itinerários das excursões ou visitas são definidos, considerando os recursos turísticos da zona e sua sustentabilidade, os horários adequados ou disponíveis, a infraestrutura viária, os meios de transporte necessários, a disponibilidade de estabelecimentos de restauração, as condições meteorológicas e outros fatores, contando com os conhecimentos e contribuições dos guias de turismo.
- CD 6.2.** Os serviços incluídos são determinados e requeridos aos prestadores e as tarifas e termos de colaboração são avaliados mediante visitas de inspeção, selecionando os mais adequados.
- CD 6.3.** Os preços de venda são fixados considerando os acordos e contratos formalizados com os prestadores, os custos fixos e variáveis, as previsões de venda ou o número de pessoas para as quais a excursão ou visita é programada, a margem de lucro, as comissões a vendedores e a oferta da concorrência.
- CD 6.4.** Os mínimos de passageiros (pax) por operação são determinados e nos casos de operações regulares as frequências de saídas são definidas, considerando a demanda atual e potencial.
- CD 6.5.** As solicitações de reserva são atendidas, efetuando o controlo de todo o processo, informando sobre os aspetos da operação de interesse para os clientes e prestadores.
- CD 6.6.** O desenvolvimento da excursão ou visita e os serviços incluídos são avaliados, determinando o grau de adaptação do produto turístico à demanda e propondo alternativas que podem melhorar o itinerário ou visita.
- CD 6.7.** A informação recolhida é analisada para avaliar as possibilidades de definição de novos itinerários, segundo a oferta e a procura turística, estimando a sua viabilidade comercial e técnica.

EC7: Participar na melhoria da qualidade de processos e serviços de modo a elevar os padrões estabelecidos e o nível de satisfação do cliente.

- CD 7.1.** O trabalho é realizado, cumprindo ou superando os *standards* de qualidade, conforme os procedimentos e instruções estabelecidos, atingindo as expectativas dos clientes, promotores de viagem e intermediários.
- CD 7.2.** A informação sobre os destinos, as características dos serviços, os prestadores, assim como as condições potencialmente adversas à qualidade é aplicada na elaboração das viagens organizadas, excursões e *transfers*.
- CD 7.3.** A avaliação da satisfação dos serviços recebidos pelos clientes é realizada, utilizando questionários, motivando o seu preenchimento.
- CD 7.4.** Os relatórios de avaliação dos prestadores de serviços são elaborados segundo o procedimento estabelecido.
- CD 7.5.** As reclamações são atendidas com amabilidade, eficácia e máxima descrição:
- Seguindo o procedimento estabelecido;
 - Cumprindo a legislação de defesa do consumidor;
 - Tomando as medidas adequadas para a sua resolução e para a satisfação dos clientes.
- CD 7.6.** Os produtos são regularmente avaliados, em termos da qualidade dos serviços integrados e do seu sucesso no mercado, para o planeamento futuro e tomada de decisão.
- CD 7.7.** A comunicação com os clientes e prestadores é realizada de forma fluída, utilizando os meios mais eficazes para alcançar a boa interação e compreensão na comunicação.

Contexto Profissional

Meios de produção

Terminais de sistemas de distribuição global (GDS) e seus respetivos manuais. Computadores com aplicações informáticas de produção e gestão e com conexão à Internet. Impressoras. Telefones. Formulários e documentos administrativos próprios e de fornecedores. Documentação informativa. Materiais promocionais e de suporte à documentação emitida. Diversos materiais de escritório. Equipamento e Material audiovisual.

Produtos e Resultados

Mensagens de pedido de reserva, reconfirmação, alteração ou cancelamento de serviços, formalizados e enviados. Informações complementares (descrição dos serviços e estabelecimentos, informações sobre os destinos, produtos e serviços), prestadas. Notas de débito e de crédito emitidas e enviadas. Documentos internos e externos registados, controlados e arquivados. Informação e assessoria sobre destinos, produtos e serviços turísticos prestados. Vendas de direitos de utilização de serviços turísticos e de viagens efetuadas. Documentos de pagamento ou confirmação de serviços (bilhetes de transporte aéreos e marítimos, comprovativos de aluguer de automóveis, vouchers de hotel e de operadores turísticos, mensagens de confirmação, entre outros), emitidos ou enviados. Relatórios elaborados.

Informação utilizada ou gerada

Informação impressa, em suportes magnéticos e em página Web sobre: destinos, produtos e serviços turísticos. Tarifas e taxas. Requisitos exigidos e regulamentos aplicáveis aos viajantes nacionais e internacionais. Regras de fornecedores e prestadores de serviços. Regulamento interno da empresa. Guias, horários, tarifas, catálogos, anuários, manuais operacionais, manuais de vendas, manuais de emissão de documentos. Manuais operativos, instruções, ordens, memorandos e relatórios.

REVOGADO

UC2: PROMOVER E VENDER OFERTA TURÍSTICA

Código: UC22.1_5

Nível: 5

Elementos de Competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)

EC1: Informar e aconselhar o cliente (*Walk-in*) sobre o destino, serviços, produtos e tarifas, de modo a satisfazer as suas necessidades e expectativas, despertando o interesse de compra.

- CD 1.1.** Os pedidos de informação do cliente são atendidos, identificando as suas motivações e interpretando as suas expectativas.
- CD 1.2.** Os clientes são instruídos sobre os produtos, serviços existentes e dos benefícios que resultarão da sua utilização, de modo a superar as suas expectativas, despertando o interesse de compra.
- CD 1.3.** As informações fornecidas aos clientes são suficientes e relevantes para os induzir a tomar uma decisão positiva, fazendo encomendas e compras.
- CD 1.4.** A assessoria é prestada ao cliente informando-o sobre as opções disponíveis, aconselhando-o em função das suas preferências e possibilidades, sobre as que melhor se adaptam às suas necessidades.
- CD 1.5.** Os suportes promocionais e os meios de acesso à informação são utilizados de forma eficiente a fim de determinar as opções disponíveis.
- CD 1.6.** Os preços ou tarifas, bem como, as taxas adicionais aplicáveis, são definidas de forma precisa e completa.
- CD 1.7.** Os dados do cliente e da informação fornecida são registados no suporte previsto, efetuando o seguimento e incentivando-o a compra.
- CD 1.8.** A comunicação com os clientes é realizada, utilizando os meios mais eficazes para alcançar uma boa interação e compreensão.

EC2: Promover a oferta turística para Operador Turístico (*TO – Tour Operator*) e “*FIT – Free Independent Travelers*” (Individual), atraindo o interesse dos clientes.

- CD 2.1.** O estudo de mercado para estabelecer os perfis dos consumidores que irão ser influenciados pelas combinações promocionais é elaborado, garantindo a cobertura do mercado.
- CD 2.2.** Os mercados selecionados são contactados, utilizando os procedimentos adequados.
- CD 2.3.** A informação sobre os clientes atuais é recolhida, criando uma base sobre os mercados emissores, as suas preferências, pedidos, poder de compra e outra de interesse comercial.
- CD 2.4.** A oferta turística e a política e diretrizes comerciais da entidade, em relação à concorrência é analisada, determinando as suas diferenças positivas e competitivas para garantir o sucesso de vendas.
- CD 2.5.** Os mercados e os tipos dos consumidores aos quais devem ser aplicados as estratégias de promoção são selecionados, de modo a alcançar os objetivos de venda.
- CD 2.6.** Os planos de promoção são criados, elaborando orçamentos das despesas promocionais e as tarefas a executar, tendo em conta os objetivos de marketing e da empresa.
- CD 2.7.** Os suportes de promoção tais como, brochuras, *flyers* e outros, digitais e/ou físicos, são produzidos para potencializar as vendas.
- CD 2.8.** As ações promocionais para fidelizar os clientes atuais e captar novos são concebidas e programadas, para atenuar os efeitos da sazonalidade e estimular as vendas.
- CD 2.9.** Os acordos de prestação de serviços são propostos e negociados com clientes atuais ou potenciais, dentro do quadro da política e diretrizes comerciais da entidade e do seu âmbito de responsabilidade.

CD 2.10. Os elementos de promoção são convenientemente dispostos, organizando as zonas de exposição e/ou canais de divulgação com critérios de dinamismo e de atração para os visitantes.

EC3: Vender a oferta turística para Operador Turístico (TO – Tour Operator) e “FIT – Free Independent Travelers” (Individual).

CD 3.1. As motivações do cliente são identificadas num processo de venda, mediante os procedimentos estabelecidos, mantendo as suas expectativas em relação a realidade do destino ou serviço turístico.

CD 3.2. Os dados do cliente e dos serviços ou produtos por ele requeridos são registados no suporte previsto para o efeito.

CD 3.3. Os suportes informativos e os meios de acesso à informação são utilizados de forma eficiente a fim de determinar as opções disponíveis.

CD 3.4. As previsões necessárias da procura são efetuadas e os preços ou tarifas devidamente definidas, e as taxas adicionais aplicáveis e informadas na contratação do operador Turístico.

EC4: Gerir reservas.

CD 4.1. Os dados do cliente e dos serviços ou produtos por ele requeridos são registados no suporte previsto para o efeito.

CD 4.2. A reserva dos serviços ou produtos é gerida de forma eficaz, informando o cliente do resultado e, nos casos de não confirmação, reiniciando a interação com o cliente para lhe oferecer opções alternativas adequadas.

CD 4.3. As situações que podem ocorrer, nos casos em que se deve esperar pela resposta à solicitação de reserva, são notificadas ao cliente, efetuando seguimento, informando-o nos prazos acordados.

CD 4.4. Todos os dados das reservas solicitadas ou confirmadas são registados no suporte previsto para o efeito, determinando e notificando o cliente as datas limite para a emissão dos documentos de confirmação ou pagamento dos serviços.

CD 4.5. A comunicação com os clientes é realizada de forma fluída no momento da venda, utilizando o meio mais eficaz para se alcançar uma boa interação e compreensão.

CD 4.6. Os clientes perdidos que possam ter escolhido outros fornecedores são contactados para procurar sua recuperação.

CD 4.7. Os documentos a apresentar para cada serviço ou produto vendido, tais como *vouchers* e recibos, são convenientemente selecionados, determinando os dados que deve incluir em cada documento.

CD 4.8. Os *vouchers*, recibos, bilhetes de passagem e documentação complementares são emitidos e entregues, caso necessário, ao cliente.

CD 4.9. As cópias dos documentos formalizados ou emitidos e as listas de passageiros são distribuídas ao pessoal ou entidades determinadas, estabelecendo referências com os suportes da venda e com outros documentos previstos nos correspondentes procedimentos.

CD 4.10. A documentação complementar que deve ser anexa aos documentos emitidos é escolhida, selecionando o material previsto pelos fornecedores.

CD 4.11. A documentação e o material adicional são entregues ou enviados ao cliente nos prazos e termos fixados ou acordados com o mesmo.

CD 4.12. O registo da venda e de outra documentação administrativa prevista no respetivo procedimento é devidamente preenchido, procedendo sua conclusão e a distribuição das cópias de acordo com o estabelecido.

Contexto Profissional

Meios de produção

Terminais de sistemas de distribuição global (GDS) e seus respetivos manuais. Computadores com aplicações informáticas de gestão e com conexão à Internet. Impressoras. Aparelhos de *fax*. Telefones. Formulários e documentos administrativos próprios e de fornecedores. Documentação informativa. Materiais

promocionais e de suporte à documentação emitida. Diversos materiais de escritório. Material audiovisual.

Produtos e Resultados

Mensagens de pedido de reserva, reconfirmação, alteração ou cancelamento, de serviços formalizados e enviados. Informações complementares (descrição dos serviços e estabelecimentos, informações sobre os destinos, produtos e serviços), prestadas. Notas de débito e de crédito elaborados. Documentos internos e externos registrados, controlados e arquivados. Informação e assessoria sobre destinos, produtos e serviços turísticos prestados. Vendas de direitos de utilização de serviços turísticos e de viagens efetuadas. Documentos de pagamento ou confirmação de serviços (bilhetes de transporte aéreos e marítimos, comprovativos de aluguer de automóveis, vouchers de hotel e de operadores turísticos, mensagens de confirmação, entre outros), emitidos ou enviados. Bases de dados de clientes elaborados.

Informação utilizada ou gerada

Informação impressa, em suportes magnéticos e em página *Web* sobre: destinos, produtos e serviços turísticos. Tarifas e taxas. Requisitos exigidos e regulamentos aplicáveis aos viajantes nacionais e internacionais. Regras de fornecedores e prestadores de serviços. Regulamento interno da empresa. Guias, horários, tarifas, catálogos, anuários, manuais operacionais, manuais de vendas, manuais de emissão de documentos. Manuais operativos, instruções, ordens, memorandos e relatórios.

RENOVOGADO

UC3: REALIZAR SERVIÇOS ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO EM OPERAÇÕES TURÍSTICAS

Código: UC23.1_5

Nível: 5

Elementos de Competência (EC) e Critérios de Desempenho (CD)

EC1: Controlar os documentos e materiais de venda para evitar custos desnecessários e elaborar memorandos ou relatórios.

- CD 1.1.** Os documentos e materiais recebidos são controlados, registrados, classificados e armazenados, seguindo as instruções e normas dos fornecedores e da entidade.
- CD 1.2.** Os documentos e materiais necessários são entregues às pessoas que os utilizarão, sendo os não utilizados recolhidos, no fim da jornada.
- CD 1.3.** Os documentos emitidos são controlados, comprovando a entrada dos mesmos nos suportes de vendas e nos registos de inventário.
- CD 1.4.** As participações de vendas são remetidas, de acordo com os procedimentos estabelecidos pelos fornecedores, anexando, cópias ou cupões contabilísticos dos documentos emitidos.
- CD 1.5.** As medidas necessárias para evitar perdas, roubos e fraudes são adotadas, aplicando os procedimentos de segurança estabelecidos e notificando as incidências detetadas aos superiores.
- CD 1.6.** Os memorandos ou relatórios de venda são elaborados.

EC2: Faturar e liquidar dívidas ou créditos de clientes.

- CD 2.1.** As faturas com débito a clientes são emitidas como consequência das vendas efetuadas.
- CD 2.2.** Os adiantamentos ou saldos em dívida são cobrados aos clientes, formalizando os documentos contabilísticos previstos nos procedimentos.
- CD 2.3.** As solicitações de devolução por serviços não auferidos e já debitados ou cobrados são atendidas, gerindo o seu reembolso por parte dos fornecedores e originando as notificações de crédito ou efetuando a devolução em numerário.
- CD 2.4.** As cópias dos documentos originados são distribuídas e arquivadas ou remetidas, na forma estabelecida nos correspondentes procedimentos.

EC3: Controlar as contas de clientes com crédito e gerir a cobrança das contas vencidas para evitar desajustes económicos.

- CD 3.1.** As relações periódicas de faturas e créditos são elaboradas e remetidas aos clientes.
- CD 3.2.** A evolução das contas dos clientes é devidamente controlada, comprovando que o saldo se encontra sempre dentro dos limites autorizados.
- CD 3.3.** As contas de crédito de clientes são analisadas para determinar o volume, a composição e a evolução das compras que realiza, emitindo os relatórios pertinentes.
- CD 3.4.** A cobrança dos saldos vencidos das contas de crédito de clientes é gerida, resolvendo discrepâncias, cobrando as importâncias devidas, ampliando os documentos comprovativos dos pagamentos e efetuando os correspondentes registos.
- CD 3.5.** As incidências ocorridas, especialmente as que se referem à falta de cumprimento de pagamento por parte de clientes é informada aos departamentos correspondentes.

EC4: Controlar as liquidações e faturas dos prestadores, resolvendo as discrepâncias e incidências contabilísticas e administrativas.

- CD 4.1.** O arquivo de documentos emitidos e de registo de operações são devidamente ordenados, atualizado e referenciado.
- CD 4.2.** As liquidações de vendas e faturas de fornecedores são controladas, informando da conformidade para o respetivo pagamento ou emitindo o oportuno relatório de incidências.

CD 4.3. As solicitações de regularização de débitos incorretos são efetuadas, remetendo-as aos fornecedores.

CD 4.4. As participações de incidências e reclamações contábilísticas e administrativas, tanto internas como externas, são investigadas, resolvidas e, se necessário, respondidas.

EC5: Efetuar operações de tesouraria e controlar as contas de caixa e banco de forma precisa.

CD 5.1. As operações de compra de moeda estrangeira e de pagamentos a crédito são efetuadas, determinando o contravalor que se deve pagar, aplicando a normativa vigente e formalizando os documentos e registos prescritos.

CD 5.2. O depósito do pagamento é efetuado e o recibo emitido a favor do cliente.

CD 5.3. Os pagamentos em numerário, ou através de conta corrente bancária, são efetuados obtendo previamente a autorização pertinente e dentro dos limites estabelecidos.

CD 5.4. Os impressos previstos para o registo das operações de tesouraria são preenchidos, realizando os apontamentos necessários em livros e registos de caixa e bancos, arquivando os documentos e comprovativos.

CD 5.5. Os resumos de caixa são efetuados e as contas de caixa e bancos são controlados, realizando balanços e tabelas, resolvendo e informando as diferenças encontradas, de acordo com as instruções emitidas.

CD 5.6. As medidas de controlo necessárias são adotadas para evitar roubos e perdas.

Contexto Profissional

Meios de produção

Computadores com aplicações informáticas de gestão e com conexão à Internet. Impressoras. Telefones. Formulários e documentos administrativos próprios e de fornecedores. Documentação informativa. Diversos materiais de escritório.

Produtos e resultados

Relação do extrato de contas de clientes emitida e controlada. Documentos administrativos gerados no processo de vendas (reembolsos, recibos de depósito e de documentos para serem reembolsados, etc.), formalizados e colocados numa lista. Inventários e arquivos efetuados e controlados. Faturas e notas de crédito a clientes efetuados. Cobranças efetuadas. Pagamentos efetuados e respetivos comprovativos de pagamento emitidos. Suportes dos registos contábilísticos realizados. Controlo de caixa e banco efetuados e os respetivos relatórios produzidos. Reposição e controlo de *stock* de materiais e documentos realizados e respetivos registos efetuados.

Informação utilizada ou gerada

Relatórios de venda. Documentos de prestadores de serviços. Guias de remessa, faturas, recibos, documentos de contabilidade tais como notas de crédito e débito, documentos e registos de transações com moeda estrangeira ou pagamentos a crédito. Formulários para o registo de operações de tesouraria e fecho de caixa.

UC4: COMUNICAR EM INGLÊS, COM UM NÍVEL DE DESEMPENHO INDEPENDENTE, NOS SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO TURÍSTICA

Código: UC24.1_5

Nível: 5

Elementos de competência e critérios de desempenho:

EC1: Interpretar e traduzir, com independência, documentos escritos ou outros, em inglês, e de outras línguas para inglês, para obter informação, processá-la e levar a cabo as ações oportunas.

CD 1.1. A documentação escrita ou outra, em inglês, relativa a instruções, normas, cartas, correios eletrônicos, notas, entre outros, é interpretada e processada com rapidez e exatidão para a comunicação com o cliente e profissionais do sector.

CD 1.2. A documentação escrita ou outra, em idiomas diferentes do inglês, relativa a instruções, normas, cartas, correios eletrônicos, notas, entre outros, é traduzida com exatidão para o inglês para a comunicação com o cliente e profissionais do sector.

CD 1.3. A terminologia técnica utilizada nos serviços turísticos é aplicada nas diferentes situações profissionais para facilitar a comunicação com o cliente e profissionais do sector.

EC2: Produzir documentos escritos, em inglês, gramaticalmente e ortograficamente corretos, para conseguir a satisfação do cliente e garantir os acordos próprios da sua atividade.

CD 2.1. A expressão escrita, em inglês, é processada através de instrumentos de comunicação de forma coerente, gramatical e ortograficamente correta, tendo em conta as situações próprias de sua área profissional, nomeadamente:

- Criação de produtos e serviços turísticos;
- Promoção de produtos e serviços turísticos;
- Atendimento a fornecedores, agências de viagem e turismo, e profissionais;
- Negociação com clientes ou profissionais do sector de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação;
- Atendimento direto ao cliente de agências de viagens e turismo, e outras entidades de intermediação turística;
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens combinadas, trajetos, paragens e escalas;
- Demanda de informação variada por parte do cliente ou profissional do sector;
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais;
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens;
- Confirmação dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores;
- Resolução de contingências, situações de emergência e deficiências produzidas durante a prestação de um serviço turístico;
- Resolução de queixas e reclamações.

CD 2.2. A mensagem escrita é avaliada e adaptada ao nível de linguagem do interlocutor, a fim de estabelecer e facilitar a comunicação.

CD 2.3. As diferentes documentações, nomeadamente: instruções, normas, cartas, correios eletrônicos, notas entre outros, são elaboradas e interpretadas com precisão e consistência.

CD 2.4. Os meios de comunicação são escolhidos e adaptados ao tipo de mensagem e à situação de comunicação, permitindo uma compreensão mútua.

EC3: Expressar oralmente, em inglês, de modo fluente, com clientes e fornecedores, no âmbito da intermediação turística, com o objetivo de prestar um serviço adequado e conseguir a satisfação do cliente.

CD 3.1. A comunicação oral, em inglês, é realizada, utilizando um vocabulário técnico, produzindo mensagens coerentes, emitidas com fluidez e espontaneidade em encontros e conversas relativas a situações próprias da intermediação turística, tais como:

- Promoção de produtos e serviços turísticos;
- Atendimento a fornecedores, agências de viagem e turismo e profissionais;
- Negociação com clientes ou profissionais do sector de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação;
- Atendimento direto ao cliente de agências de viagens e turismo e outras entidades de intermediação turística;
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens combinadas, trajetos, paragens e escalas;
- Demanda de informação variada por parte do cliente ou profissional do setor;
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais;
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens;
- Confirmação dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores;
- Resolução de contingências, situações de emergência e deficiências produzidas durante a prestação de um serviço turístico;
- Resolução de queixas e reclamações.

CD 3.2. A interação, em inglês, é realizada, utilizando uma linguagem *standard*, tendo em conta as diferentes condicionantes que podem afetar a mesma.

Contexto Profissional

Meios de produção

Equipamentos informáticos, impressora e telefone. Aplicações informáticas. Dicionário.

Produtos e Resultados

Comunicação interativa e independente em inglês, com clientes e profissionais do sector para a prestação do serviço de intermediação turística, realizada. Instruções, normas, cartas, correios eletrónicos e notas elaborados.

Informação utilizada ou gerada

Manuais de língua inglesa. Gramática, usos e expressões. Dicionários monolíngues, bilingues, de sinónimos e antónimos. Vocabulário técnico. Publicações diversas em inglês, especializadas do sector da intermediação turística.

PROGRAMA FORMATIVO ASSOCIADO AO PERFIL PROFISSIONAL

HRT005.A1_5

TÉCNICO/A DE AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO

REVOGADO

PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL				
Código: HRT005.A1_5		Denominação	TÉCNICO/A DE AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO	
Nível: 5		Família profissional	Hotelaria, Restauração e Turismo	
Duração indicativa		1.245 Horas		
UNIDADES FORMATIVAS (Transversais a todos os MF da Qualificação Profissional)	N.º	Denominação	Duração	Código
	1	O sector de Turismo em Cabo Verde	25 horas	UF433
	2	Sustentabilidade e Qualidade em Turismo	25 horas	UF434
	3	Turismo inclusivo	25 horas	UF435
	4	Técnicas de comunicação, relacionamento interpessoal e trabalho em equipa	25 horas	UF436
	5	Marketing Digital	25 horas	UF437
	6	Sistema de distribuição turística	25 horas	UF439
MÓDULOS FORMATIVOS (MF)	1	Criação e operacionalização de viagens organizadas, produtos e serviços	120 horas	MF20.1_5
	2	Promoção e venda de oferta turística: - UF16.1 Mercado e distribuição turística - UF19.1 Qualidade na distribuição turística - UF21.1 Comercialização e atendimento ao cliente em agências de viagens - UF18.1 Gestão de reservas	255 horas 60 horas 25 horas 120 horas 50 horas	MF22.1_5
	3	Serviços administrativos e financeiros em operações turísticas	210 horas	MF23.1_5
	4	Inglês profissional para serviços de intermediação turística	150 horas	MF24.1_5
	5	Módulo Formativo em Contexto Real de Trabalho (MFCRT)	360 horas	MT_HRT005.A1

UNIDADES FORMATIVAS TRANSVERSAIS

UF433: O Setor de Turismo em Cabo Verde

Duração: 25 horas

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Analisar a evolução do conceito de turismo, identificando os elementos que compõem o sistema turístico.

- CA 1.1.** Explicar a evolução do conceito de turismo ao longo dos tempos.
- CA 1.2.** Descrever o sistema turístico e identificar os elementos que o compõem.
- CA 1.3.** Identificar e explicar os fatores que influenciam a procura turística.
- CA 1.4.** Reconhecer e classificar os componentes da oferta turística.
- CA 1.5.** Explicar as características dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- CA 1.6.** Descrever as variáveis que determinam a evolução e tendências da procura e da oferta turística.
- CA 1.7.** Reconhecer os segmentos da procura do mercado turístico atual e descrever as suas características.

RA2. Analisar o mercado turístico, identificando os destinos nacionais e internacionais mais relevantes.

- CA 2.1.** Identificar e descrever os principais destinos turísticos nacionais, tendo em conta:
 - Tipologia de produto;
 - Potencial da procura.
- CA 2.2.** Identificar os principais destinos turísticos internacionais e os seus atrativos turísticos.
- CA 2.3.** Descrever a situação atual do mercado turístico nacional e internacional, tendo em conta:
 - Os fluxos turísticos;
 - As principais tendências da procura e oferta turística.

RA3. Conhecer a estrutura institucional e a legislação reguladora do setor turístico em Cabo Verde.

- CA 3.1.** Identificar a estrutura organizacional do setor turístico em Cabo Verde.
- CA 3.2.** Explicar a função das principais entidades públicas e privadas do setor turístico em Cabo Verde.
- CA 3.3.** Identificar e descrever as legislações base que regulam o setor turístico em Cabo Verde.

Conteúdos

1. O Turismo e a estrutura do mercado turístico.

- 1.1. O turismo:
 - 1.1.1. Evolução histórica do turismo.
 - 1.1.2. Conceito de Turismo.
 - 1.1.3. Situação atual do turismo e tendências.
- 1.2. O mercado turístico:
 - 1.2.1. A procura turística:
 - 1.2.1.1 Tipos de procura turística.
 - 1.2.1.2 Fatores que determinam a procura turística individual e agregada.
 - 1.2.2. A oferta turística.

1.2.2.1. Conceitos da oferta turística.

1.2.2.2. Componentes da oferta turística: Recursos de atração, Infraestruturas e estruturas, Serviços, Atividades complementares.

2. Principais destinos turísticos nacionais e internacionais.

2.1. Características e análise comparativa dos principais destinos turísticos de Cabo Verde.

2.2. Principais destinos turísticos internacionais e suas características.

2.3. Os fluxos turísticos e as principais tendências da procura e oferta turística.

3. Estrutura institucional e a legislação reguladora do setor turístico em Cabo Verde.

3.1. Estrutura organizativa do setor turístico em Cabo Verde.

3.2. Função das principais entidades públicas e privadas do setor turístico em Cabo Verde.

3.3. Legislações base que regulam o setor turístico em Cabo Verde.

RENOVOGADO

UF434: Sustentabilidade e Qualidade em Turismo
Duração: 25 Horas

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Compreender o conceito de Sustentabilidade em Turismo.

- CA 1.1.** Definir o conceito da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável.
- CA 1.2.** Relacionar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) com a sustentabilidade em turismo.
- CA 1.3.** Relacionar a importância da sustentabilidade ambiental com o desenvolvimento do turismo em Cabo Verde, integrando os conceitos das Economias Azul e Verde.
- CA 1.4.** Compreender o papel dos profissionais de turismo no contexto de sustentabilidade turística.

RA2. Conhecer os princípios básicos e os sistemas de certificação da qualidade em turismo.

- CA 2.1.** Definir o conceito de qualidade.
- CA 2.2.** Identificar os princípios básicos de qualidade.
- CA 2.3.** Identificar os sistemas de certificação de qualidade.

RA3. Conhecer o Sistema Nacional de Qualidade.

- CA 3.1.** Identificar as instituições e o âmbito de atuação.
- CA 3.2.** Conhecer as Normas do sistema de qualidade.
- CA 3.3.** Identificar os novos parâmetros de Saúde, Higiene e Segurança no âmbito da qualidade no turismo.

RA4. Compreender e caracterizar o conceito de qualidade em turismo

- CA 4.1.** Relacionar o conceito de qualidade no turismo com as necessidades e expectativas dos clientes.
- CA 4.2.** Reconhecer a qualidade como fator competitivo no setor turístico.

Conteúdos

1. Sustentabilidade em Turismo

- 1.1. Conceitos de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável.
- 1.2. Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a sustentabilidade em turismo.
- 1.3. Sustentabilidade ambiental e desenvolvimento turístico.
 - 1.3.1. Sustentabilidade ambiental vs. Turismo Sustentável
 - 1.3.2. Economia Azul
 - 1.3.2.1 Conceito e Contextualização
 - 1.3.2.2 Economia Azul a nível global (iniciativas)
 - 1.3.2.3 Economia Azul em Cabo Verde (iniciativas)
 - 1.3.3. Economia Verde
 - 1.3.3.1 Conceito e Contextualização
 - 1.3.3.2 Economia Verde a nível global (iniciativas)
 - 1.3.3.3 Economia Verde em Cabo Verde (iniciativas)
 - 1.3.4. Sustentabilidade e Qualidade ambiental
 - 1.3.4.1 Os impactos das atividades turísticas no ambiente.
 - 1.3.4.1.1 Gestão de resíduos.

1.3.4.1.2. Prevenção da poluição.

1.3.4.1.3. Proteção do ambiente.

1.4. O papel dos profissionais de turismo no contexto de sustentabilidade turística.

2. Qualidade em Turismo

2.1. Conceitos e princípios gerais sobre qualidade.

2.2. Sistemas de certificação de qualidade.

2.2.1. Normas ISO.

2.2.2. Quadro legal, requisitos e instrumentos.

2.2.3. Benefícios de certificação no setor de turismo.

2.3. Sistema Nacional da Qualidade em Cabo Verde.

2.3.1. Instituições e quadro legal.

2.3.2. Normalização.

2.3.3. Metrologia.

2.3.4. Qualidade.

2.3.5. Certificação.

2.4. A qualidade no turismo.

2.4.1. Os novos parâmetros de Saúde, Higiene e Segurança no Trabalho.

2.4.2. A qualidade percebida pelo cliente.

2.4.3. Necessidades e expectativas dos clientes.

2.4.4. A qualidade como fator competitivo no setor turístico.

UF435: Turismo Inclusivo
Duração: 25 horas

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Descrever o conceito de "turismo inclusivo", o quadro normativo-legal que o suporta e a relevância estratégica do seu desenvolvimento para o setor do turismo.

CA 1.1. Definir o conceito de turismo inclusivo.

CA 1.2. Conhecer a legislação sobre Inclusão em Cabo Verde.

CA 1.3. Descrever e aplicar as boas práticas sobre Turismo Inclusivo a nível internacional, no que tange a:

- Deficiência
- Acessibilidade
- Design inclusivo
- Produtos de apoio: tipologia e ISO 9999/2007

RA2. Identificar as "necessidades especiais" dos diferentes segmentos da procura turística, os requisitos específicos da oferta turística e as atitudes requeridas para um relacionamento pessoal adequado com estes clientes.

CA 2.1. Reconhecer as necessidades especiais dos diferentes segmentos da procura turística:

- O cliente com deficiência motora;
- O cliente com deficiência visual;
- O cliente com deficiência auditiva;
- O cliente com deficiência intelectual ou com multideficiência;
- O cliente sénior com limitações motoras, sensoriais e/ou intelectuais.

CA 2.2. Identificar os requisitos específicos da oferta turística para cada segmento de procura turística.

CA 2.3. Numa situação prática, aplicar as atitudes requeridas para um relacionamento adequado com estes clientes com necessidades especiais.

Conteúdos

1. Conceito de Turismo Inclusivo.

- 1.1. Conceito de Inclusão
- 1.2. Legislação nacional
- 1.3. Conceito de Turismo Inclusivo

2. As boas práticas sobre o Turismo Inclusivo.

- 2.1. Deficiência motora, limitações/necessidades especiais na mobilidade e acessibilidade dos serviços turísticos
 - 2.1.1. Deficiência motora
 - 2.1.2. Tipos de deficiência motora
 - 2.1.3. Limitações e necessidades das pessoas com deficiência motora
 - 2.1.4. Produtos e meios de apoio (cadeiras de rodas, espaço de movimentação, zona de permanência e de manobra, auxiliares de marcha)
 - 2.1.5. Requisitos da oferta turística (acessibilidade física, barreiras físicas, transportes)

- 2.1.6. Necessidades especiais de relacionamento interpessoal e atitudes dos profissionais de atendimento
- 2.1.7. Práticas de serviço (utilização/manipulação de cadeira de rodas, apoio à deslocação e transferência para outros assentos, cuidados de relacionamento no serviço)
- 2.2. Deficiência visual
 - 2.2.1. Deficiência visual, limitações/necessidades especiais na mobilidade e orientação e acessibilidade dos serviços turísticos
 - 2.2.2. Limitações das pessoas com deficiência visual
 - 2.2.3. Orientação e Mobilidade
 - 2.2.4. Necessidades especiais da pessoa invisual ou com baixa visão
 - 2.2.5. Produtos e meios de apoio à deficiência visual
 - 2.2.6. Braille, áudio descrição e formato digital
 - 2.2.7. Acessibilidade nas TIC
 - 2.2.8. Requisitos de acessibilidade na WEB
 - 2.2.9. O acompanhante/guia
 - 2.2.10. O cão-guia
 - 2.2.11. Sinalética
 - 2.2.12. Requisitos da oferta turística: Requisitos, Acessibilidade e Legislação
 - 2.2.13. Necessidades especiais de relacionamento interpessoal e atitudes dos profissionais de atendimento: Necessidades especiais de relacionamento interpessoal, Atitudes de relacionamento, aspetos comunicacionais e Práticas de serviço.
- 2.3. Deficiência auditiva e na fala
 - 2.3.1. Deficiência auditiva, limitações/necessidades especiais na comunicação e compreensão da informação e acessibilidade dos serviços turísticos
 - 2.3.2. Graus e tipos de deficiência auditiva
 - 2.3.3. População surda e muda
 - 2.3.4. Causas e consequências da deficiência auditiva
 - 2.3.5. Limitações da pessoa com deficiência auditiva
 - 2.3.6. Limitações comunicacionais
 - 2.3.7. Necessidades específicas da pessoa surda
 - 2.3.8. Produtos de apoio para a deficiência auditiva
 - 2.3.9. Língua gestual portuguesa e cães de assistência
 - 2.3.10. Requisitos da oferta turística: Oferta turística, Acessibilidade e Legislação
 - 2.3.11. Necessidades especiais de relacionamento interpessoal e atitudes dos profissionais de atendimento: Necessidades especiais de relacionamento interpessoal, Comunicação, atitudes dos profissionais e Práticas de serviço.
- 2.4. Deficiência intelectual ou multideficiência
 - 2.4.1. Deficiência intelectual e multideficiência, limitações/necessidades especiais e acessibilidade dos serviços turísticos
 - 2.4.2. Graus e causas de deficiência intelectual
 - 2.4.3. Características de algumas síndromas associados à deficiência intelectual
 - 2.4.4. Limitações das pessoas com deficiência intelectual
 - 2.4.5. Necessidades especiais das pessoas com deficiência intelectual
 - 2.4.6. O direito das pessoas com deficiência intelectual ao lazer e ao turismo

- 2.4.7. Pessoas com deficiência intelectual e o turismo
- 2.4.8. Requisitos da oferta turística e acessibilidades: Serviço, comunicação e relacionamento interpessoal
- 2.4.9. Práticas de serviço e relacionamento
- 2.5. O cliente Sénior com limitações motoras, sensoriais e/ou intelectuais
 - 2.5.1. O cliente sénior, as suas limitações/necessidades especiais e a acessibilidade dos serviços turísticos
 - 2.5.2. Processo de envelhecimento
 - 2.5.3. População idosa
 - 2.5.4. Características do turismo sénior
 - 2.5.5. Turista sénior com limitações cognitivas, motoras, visuais e/ou auditivas
 - 2.5.6. Necessidades do cliente sénior com limitações
 - 2.5.7. Requisitos da oferta e acessibilidades
 - 2.5.8. Produtos de apoio e acessibilidades: Acessibilidades e legislação
 - 2.5.9. Serviço, comunicação e relacionamento interpessoal

UF436: Técnicas de Comunicação, Relacionamento Interpessoal e Trabalho em Equipe
Duração: 25 horas

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Conhecer as técnicas de comunicação e relacionamento interpessoal.

- CA 1.1.** Identificar os conceitos e princípios fundamentais da comunicação e do relacionamento interpessoal.
- CA 1.2.** Reconhecer as especificidades da comunicação em contexto turístico.
- CA 1.3.** Identificar as técnicas de facilitação do relacionamento interpessoal.
- CA 1.4.** Identificar os fatores psicossociais com impacto no processo comunicacional.

RA2. Realizar atendimento para prestação de informação turística.

- CA 2.1.** Numa situação prática de atendimento para prestação de informação turística:
 - Aplicar as normas de conduta e de imagem pessoal no atendimento;
 - Aplicar técnicas de comunicação de informações e orientações acerca da oferta turística local;
 - Utilizar técnicas de realização de apresentações em ações de promoção da oferta turística local.

RA3. Conhecer as formas de colaboração e trabalho em equipa.

- CA 3.1.** Identificar os conceitos e princípios do trabalho em equipa.
- CA 3.2.** Reconhecer as especificidades do trabalho em equipa em contexto de turismo.
- CA 3.3.** Distinguir os comportamentos facilitadores e dificultadores do trabalho em equipa.
- CA 3.4.** Reconhecer os principais fenómenos de dinâmica de grupos.
- CA 3.5.** Reconhecer a importância da flexibilidade e capacidade de adaptação a situações novas para os indivíduos e as organizações.

Conteúdos

1. Técnicas de comunicação.

- 1.1. Conceitos e princípios:
 - 1.1.1. Tipos de comunicação.
 - 1.1.2. Elementos intervenientes na comunicação.
- 1.2. Fatores facilitadores e dificultadores da comunicação verbal e não-verbal.
- 1.3. A importância da comunicação não-verbal:
 - 1.3.1. Comunicação cinésica.
 - 1.3.2. Comunicação paralinguística.
 - 1.3.3. Comunicação proxémica.
- 1.4. Imagem e comunicação.
 - 1.4.1. Autoimagem e autoconceito.
 - 1.4.2. Formação das primeiras impressões.
 - 1.4.3. Expectativas e motivações.
- 1.5. A programação neurolinguística na comunicação em contexto turístico.

2. Relacionamento interpessoal.

- 2.1. Conceitos e princípios:
- 2.2. Tipos de relacionamento interpessoal.

- 2.3. Importância.
- 2.4. Normas de relacionamento interpessoal e profissional.
- 2.5. Pilares de relacionamento interpessoal.

3. Atendimento e acolhimento do cliente.

- 3.1. Normas de conduta e imagem pessoal.
- 3.2. Técnicas de acolhimento e comunicação ao cliente.
- 3.3. Técnicas de apresentação em público.
- 3.4. Conceitos e princípios fundamentais sobre turismo inclusivo aplicados à comunicação.

4. Colaboração e trabalho em equipa.

- 4.1. Conceito e princípios de organização e colaboração.
 - 4.1.1. Grupo vs. Equipa de trabalho.
 - 4.1.2. Fases de desenvolvimento, estrutura e evolução.
 - 4.1.3. Formas de organização: cooperação e colaboração.
- 4.2. A importância da comunicação no trabalho em equipa.
 - 4.2.1. Fluxos de comunicação.
 - 4.2.2. Comunicação vertical e horizontal.
- 4.3. Organização das equipas nas diversas áreas de intervenção do turismo.
 - 4.3.1. Restauração.
 - 4.3.2. Hotelaria.
 - 4.3.3. Turismo.
- 4.4. Fenómenos de dinâmica de grupo.
 - 4.4.1. Influência social e papel social.
 - 4.4.2. Normas sociais.
 - 4.4.3. Atitudes e comportamentos facilitadores e dificultadores.
 - 4.4.4. Gestão de conflitos e reclamações.
- 4.5. A importância da comunicação no trabalho entre equipas.
 - 4.5.1. Fluxos de comunicação.
 - 4.5.2. Comunicação vertical e horizontal.

UF437: Marketing Digital

Duração: 25 Horas

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Descrever a importância do Marketing na promoção de uma atividade/projeto.

CA 1.1. Definir os conceitos de Marketing.

CA 1.2. Diferenciar Marketing Digital de Marketing.

CA 1.3. Explicar a importância de marketing na promoção de uma atividade.

RA2. Mobilizar os recursos necessários à elaboração de conteúdos para canais online.

CA 2.1. Enumerar as diferentes plataformas de comunicação *online* e identificar as diferenças entre eles (públicos, formas de comunicação e de conteúdos).

CA 2.2. Identificar e selecionar os recursos necessários para a comunicação e promoção em canais *online*.

RA3. Preparar conteúdos para canais *online*.

CA 3.1. Conhecer os atributos e funcionalidades das plataformas de informação *online*.

CA 3.2. Identificar e selecionar os recursos necessários para a criação de conteúdos.

CA 3.3. Criar conteúdos em diferentes formatos e para diferentes públicos.

CA 3.4. Identificar e aplicar as técnicas de promoção de conteúdos nos medias.

CA 3.5. Recolher e sistematizar os dados de desempenho das publicações e interpretar o *feedback* dos clientes.

CA 3.6. Numa situação prática de elaboração de conteúdos para canais *online*:

- definir os conteúdos;
- identificar o tipo de publicação a realizar e o objetivo delineado;
- identificar as plataformas e canais *online*;
- indexar os conteúdos, aplicando as técnicas e os códigos de comunicação adequados;
- medir o alcance e *feedback* do *post*.

Conteúdos

1. Marketing

- 1.1. Conceitos básicos de marketing.
- 1.2. Novos paradigmas da comunicação.
- 1.3. O cliente atual – perfil e hábitos de consumo.
- 1.4. Tendências de mercado.
- 1.5. Benchmarking.

2. Marketing digital

- 2.1. Marketing e Comunicação no mundo digital.
- 2.2. O novo consumidor digital.
- 2.3. Ferramentas de comunicação em marketing digital.
- 2.4. Mensagens e formatos de comunicação digital com o cliente.
- 2.5. Planeamento das ações de marketing.

3. Plataformas e canais *online*

- 3.1. Atributos e funcionalidades.
 - 3.1.1. Gestão e Investimento nas Plataformas.
 - 3.1.2. Gestão e Investimento no Social media.
- 3.2. Técnicas de criação e indexação de conteúdos.
- 3.3. Técnicas e códigos de comunicação nos canais online.
- 3.4. Segmentação de Anúncios e publicações.
- 3.5. Aplicações úteis na criação de conteúdos.
- 3.6. Investimento no social media.

4. Marketing Digital em Turismo e Hotelaria

- 4.1. Os Modelos de Negócio do Turismo e Hotelaria
- 4.2. Ferramentas de comunicação e marketing para o negócio do turismo e hotelaria
 - 4.2.1. Reservas diretas
 - 4.2.2. Plataformas de consulta
 - 4.2.3. Comunicação
 - 4.2.4. Táticas

RENOVOGADO

UF439: Sistema de Distribuição Turística

Duração: 25 horas

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Analisar a distribuição turística, as entidades e os meios que a configuram, estimando sua evolução e a incidência das novas tecnologias.

- CA 1.1.** Explicar as particularidades da distribuição turística e relacionar os diferentes suportes e operadores que facilitam a distribuição, explicando as suas características.
- CA 1.2.** Explicar a importância das novas tecnologias na distribuição turística e descrever a situação atual e as suas tendências.
- CA 1.3.** Conhecer a legislação que regula a atividade das Agências de Viagens.
- CA 1.4.** Descrever as funções e as características das agências de viagens, em geral, classificar e caracterizar os diferentes tipos de agências de viagens.
- CA 1.5.** Identificar os serviços e produtos turísticos distribuídos pelas agências de viagens, descrever as suas características de venda e as relações que se produzem com os seus fornecedores.
- CA 1.6.** Identificar as outras entidades de distribuição turística, tais como centrais de reservas ou sistemas globais de distribuição e descrever suas características organizativas e funcionais.
- CA 1.7.** Explicar a distribuição turística pela Internet, reconhecendo as suas características e aplicações, identificar e interpretar a oferta em páginas web de prestadores e intermediários turísticos.

RA2. Utilizar os suportes informáticos específicos da distribuição turística

- CA 2.1.** Explicar o processo de funcionamento de programas informáticos de gestão de reservas ou CRS (Sistema Central de Reservas).
- CA 2.2.** Explicar a estrutura e o funcionamento de sistemas de distribuição global ou GDS.
- CA 2.3.** Numa situação prática de reserva de transportes, viagens organizadas, excursões ou *transfers* utilizando os programas CRS e/ou GDS:
 - Atender pedidos de reserva, identificando a informação que deve disponibilizar ao cliente.
 - Efetuar cálculos de preços através da informação proporcionada pelos sistemas de gestão.
 - Verificar a disponibilidade de vagas através do sistema informático e argumentar em função da situação proposta, oferecendo alternativas ao cliente, com o objetivo de efetivar a venda.
 - Efetuar o registo dos dados no sistema e redigir mensagens de pedido de confirmação de serviços utilizando suportes informatizados.
 - Informar ao cliente da situação da reserva reconfirmando seus termos, preços e serviços e comparando-os com os proporcionados pelo sistema.
 - Efetuar a emissão dos títulos de transporte e demais documentos necessários (voucher) para a viagem, utilizando os suportes adequados.

Conteúdos

1. A distribuição turística

- 1.1. Conceito de distribuição de serviços.
 - 1.1.1. Características diferenciais da distribuição turística;
 - 1.1.2. Intermediários turísticos;
- 1.2. Processos de distribuição dos diferentes serviços e produtos turísticos.

- 1.3. As agências de viagens.
 - 1.3.1. Funções.
 - 1.3.2. Tipos de agências de viagens.
 - 1.3.3. Estruturas organizativas das distintas agências de viagens.
 - 1.3.4. Normativas e regulamentos da atividade das agências de viagens.
 - 1.3.5. As viagens organizadas.
- 1.4. As centrais de reservas. Tipos e características
- 1.5. Análise da distribuição turística no mercado nacional e internacional.
- 1.6. Análise das motivações turísticas e dos produtos turísticos derivados.
- 2. Utilização de terminais de sistemas globais de distribuição (GDS) e de aplicações informáticas de gestão de agências de viagens**
 - 2.1. Os sistemas globais de distribuição (GDS):
 - 2.1.1. Estrutura e funcionamento.
 - 2.1.2. Consulta, reserva, venda e emissão de documentos para os serviços de transportes aéreos, marítimos, serviços de alojamento e outros.
 - 2.2. A distribuição turística através de Internet:
 - 2.2.1. As agências de viagem virtuais.
 - 2.2.2. Páginas *Web* turísticas.

MÓDULOS FORMATIVOS (MF)

MF1: CRIAÇÃO E OPERACIONALIZAÇÃO DE VIAGENS ORGANIZADAS, PRODUTOS E SERVIÇOS

Código: **MF20.1_5**

Nível:5

Duração: 120 Horas

Associado à UC20.1_5: Criar e operar viagens organizadas, produtos e serviços turísticos

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Categorizar as tendências da procura turística local e as preferências e necessidades especiais dos clientes.

CA 1.1. Pesquisar as tendências da procura turística local.

CA 1.2. Identificar as preferências e necessidades especiais dos clientes.

RA2. Realizar a análise de mercado no que tange às relações comerciais, operativas e contratuais das agências de viagens e operadores turísticos com os diferentes fornecedores de serviços turísticos.

CA 2.1. Explicar as relações entre os fornecedores de serviços turístico, as agências de viagens e operadores turísticos, analisando os diferentes processos que essas relações produzem, identificando e aplicando, as normas e os convênios que as regulam.

CA 2.2. Identificar os fornecedores de serviços e aceder às suas ofertas, obtendo a informação necessária sobre os serviços e seus preços ou tarifas.

CA 2.3. Redigir documentos ou mensagens de pedido de preços ou reservas de serviços, elaborar e preencher contratos para diferentes tipos de serviços, incluindo contratos de aluguer de meios de transporte, contratos de alojamento e outros.

CA 2.4. Descrever as relações e situações produzidas nas interações entre as agências de viagens, fornecedores e prestadores de serviços, classificando os tipos de comportamento originados em cenários de negociação, contratação, operações e conflitos, identificando as técnicas de comunicação e negociação adequadas a cada caso e circunstância.

CA 2.5. Numa prática simulada de relações com fornecedores e prestadores de serviços turísticos:

- Aplicar as técnicas de comunicação e negociação adequadas;
- Facilitar a resolução de conflitos entre as partes, mediante técnicas adequadas.

RA3. Desenvolver os processos de elaboração, programação, operação de viagens organizadas e produtos similares, identificando e aplicando procedimentos, técnicas e recursos tecnológicos.

CA 3.1. Descrever os diferentes tipos de viagens organizadas e outros produtos turísticos que implicam a integração de serviços, como excursões e *transfers*, identificando suas componentes e estabelecendo suas especificidades económicas, operativas e de comercialização.

CA 3.2. Analisar as viagens incluídas nas ofertas de diversos operadores turísticos, estabelecer as suas diferenças, comparando-os e identificando suas vantagens competitivas em função dos segmentos do mercado.

CA 3.3. Explicar os processos de elaboração, programação e operação de viagens organizadas, caracterizando suas fases e descrever objetivos e resultados:

- definição do produto;
- seleção de fontes de informação;
- desenho do itinerário;
- seleção de serviços e outras componentes do produto;
- seleção de fornecedores;

- negociação e contratação;
 - orçamentação;
 - elaboração de suportes de informação do produto;
 - comercialização e venda;
 - operação.
- CA 3.4.** Explicar os processos de elaboração, programação e operação de excursões, caracterizando suas fases e descrevendo seus objetivos e resultados: definição do produto; desenho do itinerário; seleção de serviços e de fornecedores; orçamentação, comercialização e venda; operação.
- CA 3.5.** Explicar o processo de programação e operação de *transfers*, caracterizando suas fases e descrevendo objetivos e resultados: definição do produto; seleção de serviços e de fornecedores; orçamentação e operação.
- CA 3.6.** Utilizar programas informáticos, tais como folha de cálculo para a elaboração de orçamentos de viagens organizadas, excursões e *transfers*.
- CA 3.7.** Numa prática simulada de desenho de viagens organizadas, excursões ou *transfers*, identificar e preencher os documentos necessários para assegurar as prestações dos serviços incluídos, garantindo o cumprimento das ações programadas, indicando as medidas corretivas adequadas perante determinados desvios.
- CA 3.8.** Numa prática simulada de desenho de viagens organizadas, excursões ou *transfers*, uma vez definida a procura e outros dados caracterizadores, utilizando os suportes informativos:
- Considerar e selecionar possíveis itinerários e características do produto.
 - Considerar e selecionar os serviços e outras componentes do produto.
 - Analisar e considerar a oferta da concorrência.
 - Selecionar os fornecedores e obter preços e tarifas de serviços.
 - Elaborar o orçamento, determinando custos, retribuições a retalhistas, margens de lucro, preços de venda, nível mínimo de rentabilidade e outros indicadores económicos de interesse.
 - Propor as características de apresentação do produto elaborado, para desenhar sua oferta final.
- CA 3.9.** Identificar e preencher documentos administrativos e contabilísticos próprios das operações de viagens organizadas, excursões e *transfers* e redigir relatórios de avaliação.

Conteúdos

1. Informação turística local.

- 1.1. Rede institucional de suporte;
- 1.2. Tipo de serviços de informação;
- 1.3. Atrativos, serviços e infraestruturas turísticas e de apoio ao Turismo;
- 1.4. Fontes de informação;
- 1.5. Técnicas de pesquisa e sistematização de informação.

2. O alojamento como componente do produto turístico.

- 2.1. Os estabelecimentos de alojamento.
- 2.2. Classificações, características e modalidades de estadia.
- 2.3. Relações entre as empresas de alojamento e as agências de viagens e os operadores turísticos.
- 2.4. Principais fornecedores de alojamento.
- 2.5. Tipos de tarifas e condições de aplicação.
- 2.6. Cadeias hoteleiras.

3. O transporte como componente do produto turístico.

3.1. O transporte aéreo regular.

- 3.1.1. Principais companhias aéreas.
- 3.1.2. Relações com as agências de viagens e operadores turísticos.
- 3.1.3. Tipos de viagens aéreas.
- 3.1.4. Tarifas: tipos.
- 3.1.5. Fontes informativas do transporte aéreo regular.
- 3.1.6. O transporte aéreo *chárter*.
- 3.1.7. Companhias aéreas *charter* e *brokers* aéreos.
- 3.1.8. Tipos de operações *charter*.

3.2. Transporte terrestre.

- 3.2.1. Vias de comunicação.
- 3.2.2. Aluguer de automóveis com e sem condutor.
- 3.2.3. Serviços de bus.
- 3.2.4. Principais companhias.

3.3. Transporte aquático.

- 3.3.1. Características.
- 3.3.2. Portos e classificação.
- 3.3.3. Modalidades e serviços nos transportes marítimos.
- 3.3.4. Características e classes de barcos.
- 3.3.5. Principais companhias marítimas.
- 3.3.6. Os cruzeiros: companhias, rotas, tarifas, reservas.

4. Outros elementos das viagens organizadas, excursões e transfers.

- 4.1. Os serviços de acompanhamento e assistência turística. O serviço de guia turístico.
- 4.2. Os seguros de viagem e os contratos de assistência em viagem. Gestão de vistos e outra documentação requerida para as viagens.

5. Criação e operação de viagens organizadas.

- 5.1. Conceito de viagem organizada. Tipos. Viagens organizadas elaboradas de acordo com a procura e a oferta.
- 5.2. Relações entre operadores turísticos e agências de viagens. Condições de colaboração e termos de retribuição.
- 5.3. Análise das fases de elaboração, programação, comercialização e operação de viagens organizadas.

6. Programação e operação de excursões e transfers.

- 6.1. Tipos de excursões e visitas.
- 6.2. Características e serviços que incluem.
- 6.3. Operações regulares e operações de acordo com a procura.
- 6.4. Normas aplicáveis.
- 6.5. Programação e operação de excursões.
- 6.6. Os *transfers* como operação própria das agências de viagens recetoras. Tipos de *transfers*. Programação e operação de *transfers*.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor / Formador:

- O professor ou formador deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O professor ou formador deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos da Unidade/Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional mínima de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada à Unidade/Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo Formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro – Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e a Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro – Quadro Nacional de Qualificações.

MF2: PROMOÇÃO E VENDA DE OFERTA TURÍSTICA

Código: MF22.1_5

Nível: 5

Duração: 255 Horas

Associado à UC22.1_5: Promover e vender oferta turística.

Este MF é subdividido nas seguintes Unidades Formativas (UF):

Denominação_UF	Código_UF
Mercado e Distribuição Turística	UF16.1
Qualidade na Distribuição Turística	UF19.1
Comercialização e Atendimento ao Cliente em Agências de Viagens	UF21.1
Gestão de Reservas	UF18.1

UF16.1: Mercado e Distribuição Turística (60 horas)

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Analisar o mercado turístico, identificando os destinos turísticos nacionais e internacionais mais relevantes.

CA 1.1. Estimar a situação do mercado turístico nacional e internacional.

CA 1.2. Identificar e descrever os principais destinos turísticos nacionais, tendo em conta:

- Tipologia de produto;
- Potencial da procura.

CA 1.3. Reconhecer e descrever os principais destinos turísticos internacionais, tendo em conta:

- Tipologia de produto;
- Potencial da procura.

CA 1.4. Descrever os fluxos turísticos atuais e justificar a situação no mercado dos diferentes destinos turísticos relativamente a segmentos da procura turística.

CA 1.5. Identificar os fornecedores mais significativos do mercado turístico, nacional e internacional, e descrever as características das suas respetivas ofertas.

CA 1.6. Explicar as características do turismo sustentável e descrever seus fatores determinantes.

RA2. Analisar a distribuição turística, as entidades e os meios que a configuram, estimando sua evolução e a incidência das novas tecnologias.

CA 2.1. Explicar as particularidades da distribuição turística e relacionar os diferentes suportes e operadores que facilitam a distribuição, explicando as suas características.

CA 2.2. Explicar a importância das novas tecnologias na distribuição turística e descrever a situação atual e as suas tendências.

CA 2.3. Descrever as funções e as características das agências de viagens, classificar e caracterizar os diferentes tipos de agências de viagens.

CA 2.4. Identificar os serviços e produtos turísticos distribuídos pelas agências de viagens, descrever as suas características de venda e as relações que se estabelecem com os seus fornecedores.

CA 2.5. Identificar as outras entidades de distribuição turística, tais como centrais de reservas ou sistemas globais de distribuição e descrever suas características organizativas e funcionais.

CA 2.6. Explicar a distribuição turística, reconhecendo as suas características e aplicações, interpretar a oferta em páginas web de prestadores e intermediários turísticos.

Conteúdos

1. Principais destinos turísticos, nacionais e internacionais.

- 1.1. Análise da composição do produto turístico.
 - 1.1.1. Recursos de atração.
 - 1.1.2. Infraestruturas e estruturas.
 - 1.1.3. Serviços.
 - 1.1.4. Atividades complementares.
- 1.2. Características e análise comparativa dos principais destinos turísticos de Cabo Verde.
- 1.3. Principais destinos turísticos internacionais.

2. A distribuição turística.

- 2.1. Conceito de distribuição de serviços.
 - 2.1.1. Características diferenciais da distribuição turística.
 - 2.1.2. Intermediários turísticos.
 - 2.1.3. Processos de distribuição dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- 2.2. As agências de viagens.
 - 2.2.1. Funções.
 - 2.2.2. Tipos de agências de viagens.
 - 2.2.3. Estruturas organizativas das distintas agências de viagens.
 - 2.2.4. Normativas e regulamentos da atividade das agências de viagens.
 - 2.2.5. As viagens organizadas.
- 2.3. As centrais de reservas. Tipos e características.
- 2.4. Análise da distribuição turística no mercado nacional e internacional.

UF19.1: Qualidade na Distribuição Turística (25 horas)

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Analisar os diferentes modos de implementação e gestão dos sistemas de qualidade em unidades de distribuição e informação turística, justificando suas aplicações.

- CA 1.1.** Interpretar as normas de qualidade na distribuição de serviços turísticos.
- CA 1.2.** Descrever a função de gestão da qualidade em relação aos objetivos da empresa ou entidade turística.
- CA 1.3.** Identificar e valorizar as dimensões e os atributos de qualidade dos serviços de distribuição e informação turística.
- CA 1.4.** Propor a implementação de um sistema de qualidade de serviços turísticos, estabelecendo objetivos, identificando fatores chave e barreiras, definindo o programa para sua implementação num referencial de atuações e seus respectivos prazos.
- CA 1.5.** Definir os serviços turísticos dos respectivos departamentos ou unidades, determinando e elaborando as necessárias especificações de qualidade, tais como standards de qualidade do serviço, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- CA 1.6.** Estabelecer e interpretar indicadores de qualidade dos serviços turísticos, tais como *guest comment*, *guia/REP report*, entre outros, e aplicar métodos que permitam medir o nível de satisfação dos clientes.
- CA 1.7.** Aplicar ferramentas de melhoria da qualidade, tais como *vistoria*, *feedback* de operadores, *guia/REP report*, entre outros, e apresentar propostas de solução para resolver ou melhorar serviços prestados ou problemas detetados.
- CA 1.8.** Avaliar o sistema de qualidade nas unidades de distribuição e informação turística, identificando deficiências e áreas de melhoria, estabelecendo objetivos de qualidade e desenvolvendo planos de melhoria.
- CA 1.9.** Gerir a documentação e informação própria do sistema de qualidade implementado, determinando os registos necessários e os procedimentos aplicáveis.
- CA 1.10.** Valorizar a participação do pessoal na aplicação da gestão da qualidade como fator que facilita a obtenção de melhores resultados e uma melhor satisfação dos clientes.

RA2. Interpretar especificações de qualidade em agências de viagens, aplicar procedimentos de atendimento de reclamações e incluir sugestões de melhoria, identificando atributos de qualidade e detetando desvios e deficiências.

- CA 2.1.** Explicar o conceito de qualidade nos serviços e identificar os fatores que a condicionam.
- CA 2.2.** Identificar e descrever as normas de qualidade utilizadas nas viagens organizadas, excursões e *transfers* e, em geral, nos serviços de agências de viagens.
- CA 2.3.** Identificar os procedimentos de tratamento e resolução de reclamações, identificando as normas vigentes, registar indicadores e preencher folhas de dados.
- CA 2.4.** Aplicar ferramentas de gestão da qualidade no atendimento de reclamações e incluir propostas de solução para a resolução de problemas.
- CA 2.5.** Aplicar normas de cortesia e técnicas de comunicação em situação de apresentação de reclamações.
- CA 2.6.** Numa prática simulada, interpretar e analisar procedimentos, instruções de trabalho e *standards* de qualidade, descrevendo a sua aplicação.

Conteúdos

1. Qualidade nos serviços de distribuição turística

- 1.1. Evolução histórica.
- 1.2. Conceito de qualidade nos serviços.
- 1.3. A gestão da qualidade.

- 1.4. Sistema de qualidade para agências de viagens.
- 1.5. Outros sistemas de qualidade.
- 1.6. A certificação da qualidade.
- 1.7. Implementação de um sistema de qualidade: fatores chave, projeto, programas e cronograma.
- 1.8. Estruturação de serviços. Especificações da qualidade dos serviços. *Standards* de qualidade, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- 1.9. Gestão da qualidade: por processos, indicadores ou outros procedimentos para o controlo.
- 1.10. O aperfeiçoamento profissional e a melhoria contínua.
- 1.11. A avaliação da satisfação do cliente de serviços turísticos. Questionários de satisfação e outras ferramentas.
- 1.12. Procedimentos para o tratamento de reclamações e sugestões.
- 1.13. Gestão documental do sistema de qualidade.
- 1.14. Avaliação do sistema de qualidade. Autoavaliações e auditorias.

RENOVADO

UF21.1: Comercialização e atendimento ao Cliente em Agências de Viagens (120 horas)

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Analisar os processos de informação, assessoria e venda de serviços e produtos turísticos, aplicando procedimentos e técnicas de atendimento ao cliente.

- CA 1.1.** Identificar os diferentes tipos de clientes, descrevendo seus hábitos e seus comportamentos no processo de compra, utilizando as técnicas de comunicação e atendimento adequadas.
- CA 1.2.** Distinguir e analisar os processos de informação e vendas de serviços e produtos turísticos das agências de viagens e outras entidades de distribuição turística.
- CA 1.3.** Identificar as ofertas de serviços e produtos turísticos, tais como viagens organizadas, cruzeiros, excursões, entre outros, e selecionar a informação necessária para a assessoria e venda, utilizando os suportes manuais, tarifários e meios de acesso à informação (GDS, Internet).
- CA 1.4.** Determinar tarifas para meio de transporte, tanto para trajetos nacionais como internacionais, calculando corretamente o preço final e emitindo a documentação correspondente.
- CA 1.5.** Selecionar os fornecedores e determinar os meios de gestão adequados para preencher as reservas de serviços e produtos em diversas circunstâncias, aplicando os procedimentos adequados, segundo a natureza do fornecedor e o tipo de serviço.
- CA 1.6.** Analisar situações de conflito com os clientes, determinar e descrever os procedimentos aplicáveis.
- CA 1.7.** Em situações de procura de informação, solicitação de compra de serviços e produtos turísticos e apresentação de reclamações:
- Adotar uma atitude adequada à situação apresentada, utilizando as normas de cortesia e aplicando o estilo de comunicação adequado.
 - Identificar as necessidades do cliente e atender a sua procura corretamente, demonstrando empatia.
 - Propor destinos, produtos e serviços turísticos que se adaptem às suas necessidades e expectativas.
 - Gerir as reservas que derivem das vendas efetuadas.
 - Aplicar procedimentos de gestão de reclamações.
 - Procurar satisfazer os hábitos, gostos e necessidades de informação dos potenciais clientes, resolvendo com amabilidade e discrição as suas reclamações, potenciando a boa imagem da entidade que presta o serviço.
- CA 1.8.** Valorizar a importância de atuar com rapidez e precisão em todos os processos de criação e prestação de serviços, tendo em conta a perceção da qualidade por parte dos clientes.

RA2. Desenvolver os processos de vendas e reservas de viagens organizadas, excursões e *transfers*, e aplicar os procedimentos estabelecidos, utilizando os suportes, manuais ou informáticos, de uso habitual no sector.

- CA 2.1.** Reconhecer os diferentes suportes e canais de reservas existentes.
- CA 2.2.** Explicar o processo de venda de viagens organizadas e excursões, caracterizando suas fases e identificando técnicas e recursos, assim como a difusão e a distribuição da oferta.
- CA 2.3.** Numa prática simulada de vendas e reservas de viagens organizadas, excursões ou *transfers*, ter em conta:
- Pedidos de reservas.
 - Informação, controlo de disponibilidade e venda.
 - Registo.

- Negociação com fornecedores, tais como extras, notificações de vendas, reconfirmações e pedidos especiais.
- Seguimento de reservas, confirmações e oferta de alternativas.
- Emissão de documentação.

CA 2.4. Explicar o processo de reserva de *transfers*, caracterizando suas fases e identificando técnicas e recursos: pedidos de reservas, registo e gestão de fornecedores.

CA 2.5. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas ou CRS, sistemas de distribuição global ou GDS e programas informáticos de tratamento de texto.

CA 2.6. Numa prática simulada de pedidos de reservas de viagens organizadas, excursões ou *transfers*, utilizando suportes e recursos tecnológicos:

- Atender os pedidos de reserva, identificando a informação que se deve solicitar ao cliente.
- Comprovar a disponibilidade de lugares e argumentar em função da situação, oferecendo alternativas, caso necessário, com o objetivo de efetivar a venda.
- Efetuar o registo de dados em suporte adequado e redigir mensagens de pedido de confirmação de serviços a fornecedores.
- Informar ao cliente da situação da reserva, reconfirmando seus termos, preços e serviços.

RA3. Desenvolver ações promocionais aplicáveis em entidades de distribuição turística, descrevendo e aplicando técnicas de promoção de vendas e de negociação, estimando a sua importância para atingir objetivos empresariais.

CA 3.1. Definir segmentos de procura e identificar fontes de informação que permitam identificar as suas componentes.

CA 3.2. Criar ficheiros de atuais e potenciais clientes, de forma a incluir os dados relevantes para atingir os objetivos de promoção e venda de serviços e produtos turísticos.

CA 3.3. Identificar os elementos caracterizadores de serviços e produtos turísticos, e efetuar comparações procurando identificar aspetos positivos e negativos.

CA 3.4. Descrever as técnicas de promoção de vendas e aplicá-las em situações simuladas.

CA 3.5. Descrever técnicas de negociação e aplicá-las em situações simuladas.

CA 3.6. Reconhecer e descrever as técnicas de *merchandising* aplicáveis em agências de viagens e outras entidades de distribuição.

CA 3.7. Atuar com criatividade e imaginação na formulação e no desenvolvimento de propostas de ações promocionais.

RA4. Aplicar técnicas de comunicação e atendimento em estabelecimentos turísticos, para a satisfação do cliente.

CA 4.1. Definir os fatores que determinam as diferentes tipologias de clientes.

CA 4.2. Interpretar as normas de atuação em função da tipologia de clientes.

CA 4.3. Distinguir modalidades de atendimento ao cliente, segundo se trate de:

- Contato direto presencial.
- Contato direto por telefone, correio e outros.

CA 4.4. Relacionar o uso das técnicas e habilidades de comunicação com as diferentes situações de atenção e informação mais habituais em estabelecimentos de hotelaria e turismo.

CA 4.5. Exemplificar diversas situações de resolução de conflitos perante reclamações habituais em estabelecimentos de hotelaria e turismo.

CA 4.6. Descrever os processos de acolhimento, despedida e atendimento ao cliente, identificando as etapas e os fatores chave para obter a sua satisfação.

CA 4.7. Em contexto de trabalho, aplicar as técnicas e habilidades de comunicação apropriadas a

cada situação que impliquem atendimento e informação ao cliente em hotelaria e turismo.

CA 4.8. Argumentar a necessidade de atender os clientes com cortesia, procurando satisfazer seus gostos e potenciando a boa imagem da empresa.

Conteúdos

1. A venda de alojamento

- 1.1. Os estabelecimentos de alojamento. Classificações e características.
- 1.2. Relações entre as empresas de alojamento e as agências de viagens.
- 1.3. Os códigos de práticas da AIHR (Associação Internacional de Hotéis e Restaurantes) e da FUAHV (Federação Universal de Agências de Viagens). Acordos e contratos. Tipos de retribuição pela venda de alojamento.
- 1.4. Fontes informativas de oferta de alojamento. Identificação e uso.
- 1.5. Reservas diretas e indiretas. Configurações do canal na venda de alojamento.
- 1.6. Tipos de tarifas e condições de aplicação.
- 1.7. *Vouchers* de alojamento.
- 1.8. Principais fornecedores de alojamento: cadeias hoteleiras e centrais de reservas.

2. A venda de transporte

- 2.1. Os meios de transporte. Tipos e características. Fatores de seleção dos meios de transporte.
- 2.2. O transporte aéreo regular. Relações entre as companhias aéreas de transporte regular e as agências de viagens. O processo de autorização e licenciamento por IATA (Associação Internacional de Transportes Aéreos) e as companhias aéreas. O BSP: função, estrutura e procedimentos operativos. A retribuição às agências de viagens pela venda de transporte aéreo regular.
- 2.3. Tipos de viagens aéreas. Tarifas nacionais e internacionais.
- 2.4. Fontes informativas de transporte aéreo regular. Os GDS (Sistemas Globais de Distribuição) na venda de transporte aéreo regular. Procedimentos de reservas.
- 2.5. Emissão de passagens aéreas. Outros documentos de tráfego.
- 2.6. Principais companhias aéreas. Os grupos de companhias aéreas e os processos de integração.
- 2.7. O transporte marítimo regular de passageiros. Relações entre as companhias marítimas de transporte regular de passageiros e as agências de viagens. Termos de retribuição. Tarifas. Gestão de reservas. Emissão de passagens.
- 2.8. O transporte ferroviário. Relações entre as companhias de transporte ferroviário e as agências de viagens. Termos de retribuição. Tarifas. Gestão de reservas. Emissão de passagens.
- 2.9. O transporte regular terrestre.

3. A venda de viagens organizadas

- 3.1. O produto turístico integrado. Tipos de viagens organizadas. Os cruzeiros. Tendências do mercado.
- 3.2. Relações entre operadores turísticos e agências de viagens. Termos de retribuição. Manuseio de programas e folhetos.
- 3.3. Procedimentos de reservas. Emissão de *voucher* e formalização de contratos de viagens organizadas.
- 3.4. Principais operadores turísticos nacionais e internacionais. Grupos turísticos e processos de integração.

4. Outras vendas e serviços das agências de viagens

- 4.1. A venda de serviços de aluguer automóvel. Tarifas e *voucher*.
- 4.2. A venda de seguros de viagem e contratos de assistência em viagem.
- 4.3. A venda de excursões.

- 4.4. Informação sobre requisitos aos viajantes internacionais.
- 4.5. Gestão de vistos e outra documentação requerida para as viagens.
- 4.6. Aplicação de cargos por gestão.

5. O Marketing e a promoção de vendas em entidades de distribuição turística

- 5.1. Conceito de *Marketing*. O “*Marketing*” de serviços. Especificidades.
- 5.2. Segmentação do mercado. O “mercado objetivo”.
- 5.3. Estratégias. Políticas e diretrizes de *marketing*.
- 5.4. O Plano de *Marketing*. Características. Fases de elaboração do plano de marketing. Planificação de meios.
- 5.5. *Marketing* direto. Técnicas. A promoção de vendas em agências de viagens.
- 5.6. O *merchandising*.
- 5.7. Elementos de *merchandising* próprios da distribuição turística.
- 5.8. Utilização do *merchandising* em agências de viagens.

6. Comunicação, atendimento ao cliente e técnicas de vendas e negociação em entidades de distribuição turística.

- 6.1. A comunicação interpessoal.
 - 6.1.1. O processo de comunicação: Barreiras; saber escutar; saber perguntar;
 - 6.1.2. A comunicação não-verbal.
 - 6.1.3. A comunicação telefónica.
- 6.2. Necessidades humanas e motivação. O processo decisório.
- 6.3. As expectativas dos clientes.
- 6.4. Técnicas para determinar as expectativas dos clientes com relação a um serviço.
- 6.5. A satisfação das expectativas enquanto conceito de qualidade de um serviço.
- 6.6. Os *standards* de qualidade de um serviço. Identificação de condições adversas à qualidade.
- 6.7. Tipologia de clientes. Análise e comparação das técnicas de comunicação mais adequadas aos diferentes tipos de clientes. Aplicações.
- 6.8. O atendimento ao cliente.
 - 6.8.1. Atitude positiva e atitude pró-ativa. A empatia.
 - 6.8.2. Os esforços discricionais. Simulações.
- 6.9. Os processos de venda. Fases da venda e técnicas aplicáveis. A venda telefónica. Simulações.
- 6.10. A negociação. Elementos básicos. A planificação da negociação. Estratégias e técnicas. Aplicações.
- 6.11. Tratamento de reclamações, queixas e situações conflituosas. Aplicação de procedimentos. Normas.
- 6.12. Normas deontológicas de conduta e de imagem pessoal dos profissionais de agências de viagens e de outras entidades de distribuição turística.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor / Formador:

- O Professor ou formador deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O professor ou formador deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos da Unidade/Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional mínima de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada à Unidade/Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro – Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e a Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro – Quadro Nacional de Qualificações.

RENOVAGAR

UF18.1: Gestão de Reservas (50 horas)

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Desenvolver os processos de reservas de viagens organizadas, produtos e serviços (alojamento, excursões/atividades e *transfers*), e aplicar os procedimentos estabelecidos, utilizando os suportes manuais ou informáticos de uso habitual no setor.

CA 1.1. Reconhecer os diferentes suportes e canais de reservas existentes.

CA 1.2. Explicar o processo de reservas de viagens organizadas, produtos e serviços.

CA 1.3. Numa prática simulada de gestão de reserva de Alojamento:

- Analisar o pedido de reserva.
- Definir a localização.
- Definir a categoria, tipologia.
- Controlar a disponibilidade dentro ou fora do *allotment*.
- Controlar o *release* e *stop sales*.
- Adaptar as promoções em vigor (*early booking*, ofertas especiais).
- Processar a reserva dentro ou fora do *allotment*.
- Solicitar a confirmação por parte do alojamento.
- Enviar a confirmação ao cliente.
- Solicitar o pagamento.
- Controlar o pagamento e emissão de documentos (*voucher*).

CA 1.4. Numa prática simulada de reserva de viagens organizadas, produtos e serviços, processar a reserva de *Transfer*, tendo em conta os seguintes critérios:

- Pedidos de reservas.
- Informação, controlo de disponibilidade e venda.
- Registo de reserva.
- Negociação com fornecedores, extras, notificações de vendas, reconfirmações e pedidos especiais.
- Seguimento de reservas, confirmações e oferta de alternativas.
- Emissão de documentação.

CA 1.5. Numa prática simulada de reserva de viagens organizadas, produtos e serviços, processar a reserva de Excursões/Atividades, tendo em conta os seguintes critérios:

- Pedidos de reservas.
- Informação, controlo de disponibilidade e venda.
- Registo de reserva.
- Negociação com fornecedores, extras, notificações de vendas, reconfirmações e pedidos especiais.
- Seguimento de reservas, confirmações e oferta de alternativas.
- Emissão de documentação.

CA 1.6. Explicar o processo de reserva de *transfers*, caracterizando suas fases e identificando as técnicas e os recursos: pedidos de reservas, registo e gestão de fornecedores.

CA 1.7. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas ou CRS, sistemas de distribuição global ou GDS e programas informáticos de tratamento de texto.

CA 1.8. Numa prática simulada de pedidos de reservas de viagens organizadas, excursões ou *transfers*, utilizando suportes e recursos tecnológicos:

- Atender pedidos de reserva, identificando a informação que se deve solicitar ao cliente.
- Comprovar a disponibilidade de lugares e argumentar em função da situação, oferecendo alternativas, caso necessário, com o objetivo de efetivar a venda.
- Efetuar o registo de dados em suporte adequado e redigir mensagens de pedido de confirmação de serviços a fornecedores.
- Informar ao cliente da situação da reserva, reconfirmando seus termos, preços e serviços.

Conteúdos

1. Utilização de terminais de sistemas globais de distribuição (GDS) e de aplicações informáticas de gestão de agências de viagens.

1.1. Os sistemas globais de distribuição (GDS).

1.1.1. Estrutura e funcionamento.

1.1.2. Consulta, reserva, venda e emissão de documentos para os serviços de transportes (aéreos, marítimos e outros), de alojamento.

1.2. A distribuição turística através de Internet.

1.2.1. As agências de viagem virtuais.

1.2.2. Páginas Web turísticas.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor / Formador:

- O professor ou formador deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O professor ou formador deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos da Unidade/Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional mínima de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada à Unidade/Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro – Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e a Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro – Quadro Nacional de Qualificações.

MF3: SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS E FINANCEIROS EM OPERAÇÕES TURÍSTICAS		
Código: MF23.1_5	Nível: 5	Duração: 210 Horas
Associado à UC23.1_5: Realizar serviços administrativos e financeiro em operações turísticas		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Registrar operações contabilísticas das agências de viagens segundo a normativa vigente, geral e setorial, reconhecendo a importância deste procedimento.

- CA 1.1.** Explicar a importância da contabilidade como instrumento de apoio à gestão económica das agências de viagens.
- CA 1.2.** Identificar as operações contabilísticas mais usuais efetuadas nas agências de viagens, selecionando e adequando os documentos justificativos dos mesmos.
- CA 1.3.** Desenvolver o processo contabilístico básico, aplicando as normas em vigor.
- CA 1.4.** Determinar os resultados económicos parciais e finais que correspondem a um período de tempo determinado.

RA2. Utilizar sistemas de arquivo e aplicar procedimentos de gestão administrativa que se adaptem a diferentes tipos de agências de viagens e outras entidades de distribuição turística.

- CA 2.1.** Identificar e classificar os diferentes tipos de documentos administrativos utilizados em agências de viagens e outras entidades de distribuição turística, em função de sua utilidade, procedência ou destino.
- CA 2.2.** Descrever e comparar os sistemas de arquivo, reposição e controlo de documentos.
- CA 2.3.** Preencher documentos administrativos específicos das agências de viagens e de outras entidades de distribuição turística para processos internos e externos.
- CA 2.4.** Selecionar e aplicar procedimentos de gestão documental.
- CA 2.5.** Utilizar sistemas de gestão de arquivo que compreendem:
- Procedimentos de solicitação, classificação e reposição de existências.
 - Procedimentos de entradas, saídas e distribuição de existências.
 - Elaboração de inventários.
- CA 2.6.** Descrever os diferentes sistemas e procedimentos de segurança aplicáveis ao depósito, custódia e arquivo de documentos com as diferentes estruturas da organização.

RA3. Analisar os procedimentos e operações derivados das relações económicas internas e externas, aplicando-os e estimando a sua importância.

- CA 3.1.** Descrever os procedimentos de faturação, controlo de contas de crédito, cobrança a clientes e emitir documentos justificativos.
- CA 3.2.** Comprovar o direito a devoluções por serviços pagos e não desfrutados, formalizando as comunicações a fornecedores e preenchendo os documentos necessários.
- CA 3.3.** Registrar em suportes de vendas, os valores de direitos de uso de serviços ou produtos vendidos.
- CA 3.4.** Preencher folhas de vendas de serviços de fornecedores.
- CA 3.5.** Explicar os procedimentos de controlo de faturas de fornecedores e preencher relatórios de incidências e pedidos de regularização de pagamentos incorretos.
- CA 3.6.** Arquivar a documentação segundo os procedimentos estabelecidos.
- CA 3.7.** Assumir a necessidade de intervir nos procedimentos derivados das relações económicas internas e externas com a maior precisão e um alto sentido de responsabilidade e ética profissional.

- CA 3.8.** Explicar o funcionamento das contas correntes, interpretando-as adequadamente assim como os documentos emitidos.
- CA 3.9.** Realizar os registos contabilísticos que procedem os registos de caixa e contas bancárias, em resposta a casos definidos, com a máxima precisão.
- RA4. Desenvolver as operações de gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos, realizando as comprovações necessárias com precisão e exatidão requeridas.**
- CA 4.1.** Efetuar a conversão, em compras de divisa em moeda ou cheques de viagem, identificando a legislação aplicável, determinando o tipo de câmbio oficial ou aplicável e o valor final, preenchendo os documentos de suporte da operação.
- CA 4.2.** Distinguir, descrever e preencher diferentes documentos de pagamento, identificando e aplicando a legislação vigente.
- CA 4.3.** Preencher impressos administrativos e contabilísticos para registar operações de tesouraria.
- CA 4.4.** Preencher relatórios periódicos de movimentos de caixa.
- CA 4.5.** Efetuar controlos de conta de caixa, anexando os justificativos correspondentes e resolvendo diferenças entre saldos reais e os registos realizados, em situações devidamente definidas.
- CA 4.6.** Realizar controlos de contas bancárias, elaborando quadros com extratos de bancos, e resolvendo diferenças entre os registos das entidades financeiras e os livros de registos de contas bancárias da Agência de Viagens, em situações devidamente definidas.
- CA 4.7.** Assumir a necessidade de desenvolver as operações de gestão de tesouraria com a maior precisão e um alto sentido de responsabilidade e ética profissional.

Conteúdos

1. Contabilidade básica

- 1.1. Conceito e objetivos de Contabilidade.
- 1.2. Documentos de registo.
- 1.3. O património.
- 1.4. As contas.
- 1.5. O plano geral de contabilidade.
- 1.6. O processo contabilístico básico nas agências de viagens.
- 1.7. A tesouraria nas agências de viagens.
- 1.8. Os impostos. Sua liquidação.
- 1.9. Os direitos de cobrança.
- 1.10. As amortizações. As provisões.
- 1.11. As contas anuais.
- 1.12. Instrumentos de abono nas operações comerciais.
- 1.13. Contas correntes.
- 1.14. Créditos.
- 1.15. Aplicações.

2. Processos administrativos em agências de viagens e outras entidades de distribuição turística

- 2.1. Processos administrativos internos em agências de viagens e outras entidades de distribuição turística.
- 2.2. Suportes documentais e registos.
- 2.3. Programas informáticos de gestão interna (*BackOffice*): Aplicação de procedimentos.
- 2.4. Processos administrativos derivados da venda de transporte aéreo regular.
 - 2.4.1. Documentos de tráfico, e formulários administrativos *standards*; Procedimentos através de

Internet

- 2.5. Processos administrativos derivados da venda de alojamento: Aplicação de procedimentos e documentos associados.
- 2.6. Processos administrativos derivados da venda de transporte marítimo: Aplicação de procedimentos estabelecidos pelos fornecedores; Preenchimento de documentos internos e externos.
- 2.7. Aplicação de procedimentos estabelecidos pelos fornecedores: Formalização de documentos internos e externos.
- 2.8. Processos administrativos derivados da venda de produtos de operadores turísticos e outros grossistas: Processos administrativos derivados de outras vendas; Aplicação de procedimentos; Preenchimento de documentos internos e externos.
- 2.9. Aplicação de procedimentos de gestão documental.
 - 2.9.1. Meios de arquivo e tratamento da informação. Aplicações.
 - 2.9.2. Controlo de correspondência.
- 3. Procedimentos de arquivo, reposição e controlo de documentos próprios e externos.**
 - 3.1. Gestão de arquivo.
 - 3.2. Gestão de inventários.
 - 3.3. Controlo de documentos.
- 4. Procedimentos derivados das relações económicas com clientes.**
 - 4.1. Adiantamentos e depósitos.
 - 4.2. Faturação e cobrança.
 - 4.3. Meios de pagamento. Cartões de crédito e débito. Condições para a aceitação de cheques.
 - 4.4. O pagamento ao prazo. As devoluções por serviços não prestados. Gestão de reembolsos.
 - 4.5. Controlo de contas de crédito. Cobrança a clientes. Procedimentos perante dívidas de clientes (contas a receber).
- 5. Gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos.**
 - 5.1. Legislação vigente aplicável a gestão de contas de caixa e bancos.
 - 5.2. Normas reguladoras da compra em moeda estrangeira.
 - 5.3. Procedimento de compra de moeda estrangeira.
 - 5.4. Documentação e registo das operações.
 - 5.5. Documentos de pagamento: Identificação, diferenciação, preenchimento. Normas aplicáveis.
 - 5.6. Registo de movimentos de caixa e preenchimento de impressos administrativos e contabilísticos.
 - 5.7. Realização de controlos de caixa.
 - 5.8. Análise de extratos de contas bancárias, resolvendo desfasamentos com os livros/registos de contas bancárias da agência de viagens.
 - 5.9. Análise das medidas de segurança relacionadas com a documentação contabilística e o efetivo.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor / Formador:

- O professor ou formador deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.

- O professor ou formador deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos da Unidade/Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional mínima de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada à Unidade/Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro – Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e a Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro – Quadro Nacional de Qualificações.

REVOGADO

MF4: INGLÊS PROFISSIONAL PARA SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO TURÍSTICA		
Código: MF24.1_5	Nível: 5	Duração: 150 Horas
Associado à UC24.1_5: Comunicar em inglês, com um nível de desempenho independente, nos serviços de intermediação turística		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Interpretar mensagens orais em inglês, expressas pelos clientes e fornecedores, emitidas no âmbito da atividade de intermediação turística.

CA 1.1. Interpretar os aspetos gerais de mensagens orais emitidas em inglês e reconhecer com precisão o propósito da mensagem em situações profissionais, tais como:

- Atendimento direto ao cliente na agência de viagem, em alojamentos, nos postos de informação turística, nos meios de transporte marítimo e aéreo e, na chegada, estadia e partida.
- Confirmação dos serviços contratados pelos clientes e fornecedores.
- Resolução de contingências e situações de emergência.
- Negociação com clientes e profissionais do setor na prestação de serviços, colaboração ou contratação.
- Resolução de reclamações.
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens organizadas, trajetos e escalas.
- Procura de informação variada por parte do cliente ou profissional do setor.
- Atendimento a fornecedores, outras agências de viagens e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens.
- Promoção de viagem, eventos, pontos de interesse turístico, entre outros.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.

CA 1.2. Numa prática simulada, interpretar de forma geral, mensagens orais emitidas em inglês, levando em conta os fatores que interferem na comunicação:

- Ruídos e interferências na comunicação telefónica.
- Número e características dos interlocutores na comunicação presencial.
- Costumes no uso da língua e diferentes sotaques.
- Clareza da pronúncia.

RA2. Interpretar os aspetos gerais de mensagens e documentos escritos em inglês, no âmbito da intermediação turística, retirando a informação relevante.

CA 2.1. Interpretar de forma geral as mensagens, instruções e documentos recebidos ou utilizados em inglês e reconhecer o seu propósito com precisão, em situações profissionais, tais como:

- Consulta de manuais do equipamento ou utensílio da atividade de intermediação turística.
- Consulta de manuais de aplicação informática.
- Consulta de regulamento.
- Consulta de documentos de viagem.
- Leitura de mensagens, cartas ou correios eletrónicos.
- Informação sobre alojamentos, serviços e tarifas.

RA3. Produzir mensagens orais com fluidez, em inglês, relativas ao contexto profissional da intermediação turística.

CA 3.1. Expressar oralmente, em inglês, com fluidez e clareza, seguindo as normas de cortesia, em situações profissionais como:

- Atendimento direto ao cliente na agência de viagem, em alojamentos, nos postos de informação turística, nos meios de transporte marítimo e aéreo e, na chegada, estadia e partida.
- Negociação, com clientes ou profissionais do setor, sobre a prestação, colaboração ou contratação de serviços.
- Resolução de contingências, situações de emergência e deficiências.
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens organizadas, trajetos e escalas.
- Atendimento a fornecedores, agências de viagem e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.
- Resolução de reclamações.

CA 3.2. Numa prática simulada, produzir mensagens orais, em inglês, levando em conta fatores que interferem na comunicação:

- Ruídos e interferências na comunicação telefônica.
- Número e características dos interlocutores na comunicação presencial.
- Costumes no uso da língua e diferentes sotaques.
- Clareza da pronúncia.

RA4. Redigir documentos, em inglês, utilizando um vocabulário adequado, referentes ao contexto profissional dos serviços de Agência de Viagens.

CA 4.1. Produzir, em inglês, mensagens e instruções escritas, ajustadas a critérios de correção gramatical e ortográfica e que utilizem um vocabulário amplo, em situações profissionais, tais como:

- Documentos relativos à gestão e comercialização de uma agência de viagens.
- Reservas e venda de serviços e produtos turísticos.
- Atendimento, por escrito, de procuras informativas de clientes ou profissionais do setor.
- Gestão de reservas e confirmação de serviços, por escrito.
- Resolução de reclamações, por escrito.
- Preenchimento de documentos de controlo, contratos e *vouchers*.
- Solicitação, por escrito, de informação a clientes, fornecedores e profissionais do setor.

CA 4.2. Produzir, em inglês, mensagens e instruções escritas, ajustadas a critérios de correção gramatical e ortográfica, adequando a mensagem, o suporte e o meio a situações profissionais simuladas, em condições que podem afetar a comunicação.

RA5. Comunicar oralmente, em inglês, expressando e interpretando mensagens, com fluidez, em distintas situações próprias da intermediação turística.

CA 5.1. Interagir com um ou vários interlocutores, em inglês, nas situações profissionais como:

- Atendimento direto ao cliente na agência de viagem, em alojamentos, nos postos de informação turística, nos meios de transporte marítimo e aéreo e, na chegada, estadia e partida.
- Confirmação dos serviços contratados pelos clientes e com os fornecedores.

- Resolução de contingências e situações de emergência.
- Negociação com clientes ou profissionais do setor, sobre a prestação, colaboração ou contratação de serviços.
- Resolução de reclamações.
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens organizadas, trajetos e escalas.
- Procura de informação variada por parte do cliente ou profissional do setor.
- Atendimento a fornecedores, outras agências de viagem e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens.
- Promoção de viagem, eventos, pontos de interesse turístico, entre outros.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.

CA 5.2. Numa prática simulada, comunicar, em inglês, expressando e interpretando mensagens orais, levando em conta os fatores que interferem na comunicação:

- Ruídos e interferências na comunicação telefônica.
- Número e características dos interlocutores na comunicação presencial.
- Costumes no uso da língua e diferentes sotaques.

Conteúdos

1. Gestão e comercialização, em inglês, de serviços turísticos.

- 1.1. Apresentação de serviços turísticos:
 - 1.1.1. Características
 - 1.1.2. Condições de pagamento e serviços pós-venda, entre outros.
- 1.2. Gestão de reservas de destinos, produtos ou serviços turísticos.
- 1.3. Emissão de bilhetes, *vouchers* e outros documentos.
- 1.4. Negociação com fornecedores e profissionais do setor.
- 1.5. Preenchimento de documentação da gestão de uma agência de viagens.

2. Informações turísticas, em inglês.

- 2.1. Divulgação de informação entre serviços.
- 2.2. Gestão da informação sobre fornecedores de serviços turísticos e preços.
- 2.3. Gestão de informação com o cliente.
- 2.4. Elaboração de listas de recursos de interesses turísticos e a sua logística.
- 2.5. Informação e assessoria ao cliente.

3. Atendimento ao cliente nos serviços turísticos, em inglês.

- 3.1. Terminologia específica no atendimento com clientes.
- 3.2. Técnicas de atendimento.
- 3.3. Distinção de estilos, formal e informal, na comunicação oral e escrita.
- 3.4. Tratamento de reclamações.
- 3.5. Simulação de situações de atendimento ao cliente e resolução de reclamações, com fluidez e naturalidade.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Lei nº6/2013, de 11 de fevereiro; Boletim Oficial nº9; I Série).

Professor / Formador:

- O professor ou formador deve possuir um Certificado de Aptidão Profissional que prove que o mesmo é detentor de formação pedagógica na abordagem por competências, segundo a lei.
- O professor ou formador deve ter a formação técnica relacionada com os conteúdos da Unidade/Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional mínima de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada à Unidade/Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo

As condições de acesso ao módulo formativo constam BO nº 20, I Série, Portaria Conjunta nº 09/2020 de 20 de fevereiro – Estrutura e Organização do Catálogo Nacional de Qualificações e a Portaria Conjunta nº 10/2020 de 20 de fevereiro – Quadro Nacional de Qualificações.

MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO		MT_HRT005.A1
Nível: 5	Duração indicativa: 360 Horas	
Associado a todas as Unidades de Competência		

Resultados de Aprendizagem (RA) e Critérios de Avaliação (CA)

RA1. Colaborar nos processos de elaboração, programação, operação de viagens organizadas e produtos similares, identificando e aplicando procedimentos, técnicas e recursos tecnológicos.

CA 1.1. Identificar e preencher os documentos apropriados para a elaboração de viagens organizadas e outros produtos turísticos que integram serviços como excursões e *transfers*, para assegurar as prestações dos serviços incluídos e observar os controlos necessários, de forma a assegurar a operação e o cumprimento das ações programadas, indicando as medidas corretivas adequadas perante determinados desvios.

CA 1.2. Identificar e completar documentos administrativos e contabilísticos, próprios das operações de viagens organizadas, excursões e *transfers*, e redigir relatórios de avaliação.

CA 1.3. Utilizar programas informáticos e folhas de cálculo para a elaboração de orçamentos de viagens organizadas, excursões e *transfers*.

CA 1.4. Propor viagens organizadas, excursões ou *transfers*, utilizando os suportes informáticos, recursos tecnológicos, como Internet, programas de folhas de cálculo e programas específicos para agências de viagens, assim como os dados apresentados.

CA 1.5. Considerar e propor possíveis itinerários e características do produto.

CA 1.6. Considerar e propor os serviços e outros componentes do produto.

CA 1.7. Auxiliar na apresentação de propostas de prestadores dos serviços e obter preços e tarifas de serviços.

CA 1.8. Colaborar na elaboração do orçamento, determinando custos, retribuições a retalhistas, margens de lucro, preços de venda, e outros indicadores económicos de interesse.

CA 1.9. Colaborar na proposta de apresentação do produto elaborado, para desenhar a sua oferta final.

RA2. Colaborar na pesquisa, interpretação e sistematização da informação turística local.

CA 2.1. Identificar as fontes públicas e privadas de informação turística, a nível local e nacional, para a alimentação da base de dados pretendida.

CA 2.2. Considerar as preferências e necessidades especiais dos clientes, com base na informação turística local, solicitada e transmitida, identificando as tendências da procura turística local.

CA 2.3. Colaborar na preparação de conteúdos de informação turística local para canais *on-line*.

RA3. Observar as relações comerciais, operativas e contratuais, das agências de viagens e *tour-operators*, com os diferentes fornecedores de serviços turísticos.

CA 3.1. Preparar documentos ou mensagens de pedidos de quotizações ou reserva de serviços, e elaborar e complementar contratos para diversos tipos de serviços, incluindo contratos de aluguer de meios de transporte, contratos de contingente nos estabelecimentos de alojamento e outros.

CA 3.2. Aplicar as técnicas de comunicação e negociação com os fornecedores de serviços, em circunstâncias e cenários diversos.

CA 3.3. Auxiliar na resolução de conflitos entre as partes, através de abordagens adequadas.

RA4. Colaborar nos processos de informação e venda de produtos e serviços turísticos, valorizando a sua importância para a consecução dos objetivos empresariais.

CA 4.1. Identificar e aceder às ofertas de serviços e produtos como, viagens organizadas, cruzeiros,

excursões, entre outros, e selecionar a informação necessária para a venda, manuseando os suportes como manuais, tarifários, e outros, e meios de acesso à informação como GDS, disponíveis nas agências de viagens e outras entidades de distribuição.

CA 4.2. Colaborar no cálculo de tarifas para qualquer meio de transporte, tanto para trajetos nacionais como internacionais, determinando corretamente o preço final e emitindo a documentação correspondente.

CA 4.3. Identificar os diferentes fornecedores de serviços, existentes na agência, e relacioná-los com os meios de gestão adequados, para preencher as reservas de serviços e produtos, nas diversas circunstâncias que podem surgir, e aplicar os procedimentos adequados, segundo a natureza do fornecedor e o tipo de serviço.

RA5. Aplicar as técnicas de comunicação e atendimento ao cliente, com o objetivo de satisfazer as suas expectativas e materializar futuras vendas.

CA 5.1. Aplicar diferentes normas de atuação, em função da tipologia de clientes.

CA 5.2. Aplicar modalidades de atendimento ao cliente, no contacto direto ou indireto.

CA 5.3. Aplicar as técnicas e habilidades de comunicação nas diferentes situações.

CA 5.4. Identificar as etapas e os fatores chave para obter a satisfação do cliente, aplicando os procedimentos e as técnicas de comunicação.

CA 5.5. Colaborar nas situações de resolução de conflitos, em situações de reclamações de clientes.

CA 5.6. Aplicar os processos de acolhimento, despedida e atendimento ao cliente, identificando as etapas e os fatores chave para conseguir a sua satisfação.

CA 5.7. Aplicar as técnicas de comunicação apropriadas a cada situação, que impliquem o atendimento e a informação ao cliente em turismo.

CA 5.8. Atender os clientes com cortesia, procurando satisfazer as suas necessidades de informação e resolvendo, com amabilidade e discrição, as suas queixas.

RA6. Colaborar na aplicação de sistemas e procedimentos de gestão administrativa e no registo de operações contáveis que se adaptem a diferentes tipos de agências de viagens.

CA 6.1. Identificar e classificar os tipos de documentos administrativos utilizados pelas agências de viagens e outras entidades de distribuição turística, em função da sua utilidade, procedência ou destino.

CA 6.2. Colaborar na aplicação dos sistemas de arquivo, reposição e controlo de documentos.

CA 6.3. Colaborar no registo do processo contável básico, aplicando as normas em vigor.

CA 6.4. Colaborar na formalização de documentos administrativos, específicos das agências de viagens e de outras entidades de distribuição turística, para os seus processos internos e externos.

CA 6.5. Assumir a necessidade de intervir nos processos de contabilidade com um elevado sentido de responsabilidade e honestidade pessoal.

RA7. Colaborar na gestão e controlo das contas de clientes, assim como nos procedimentos e operações que se derivam das relações económicas internas e externas, estimando a sua importância.

CA 7.1. Auxiliar na implementação dos processos de faturação e cobrança, e na emissão de documentos justificativos de cobrança e pagamentos, de forma manual e informatizada.

CA 7.2. Auxiliar no registo de suportes de vendas, os montantes dos direitos de utilização de serviços ou produtos vendidos, tanto manualmente como utilizando os programas informáticos habituais.

CA 7.3. Preencher partes de vendas de serviços de fornecedores, tanto de forma manual como informatizada.

CA 7.4. Colaborar na aplicação dos procedimentos de controlo de faturas de fornecedores e preencher relatórios de incidências e solicitações de regularização de cargos incorretos.

CA 7.5. Arquivar a documentação, segundo os procedimentos estabelecidos.

RA8. Colaborar nas operações de gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos, realizando os comprovativos necessários, com a precisão e a exatidão requeridas.

CA 8.1. Observar o processo de conversibilidade, nos casos de compra de divisa em ou cheques de viagem, identificando a lei aplicável, determinando o tipo de câmbio oficial ou aplicável e o contravalor final, e auxiliar no preenchimento dos documentos comprovativos da operação.

CA 8.2. Auxiliar na formalização de formulários administrativos, pré-contabilísticos e contabilísticos, para registar as operações de tesouraria.

CA 8.3. Auxiliar na formalização das sínteses periódicas dos movimentos de caixas.

CA 8.4. Identificar as medidas de segurança necessárias, para evitar roubos ou perdas, assumindo a necessidade de desenvolver as operações de gestão de tesouraria com maior precisão e um alto sentido de responsabilidade e honestidade pessoais.

RA9. Comunicar, oralmente e por escrito, em inglês, expressando e interpretando com fluidez e espontaneidade, mensagens próprias da intermediação turística, em diferentes situações, formais e informais.

CA 9.1. Interagir, em inglês, nas situações profissionais, como:

- Atenção direta ao cliente de agências de viagens, postos de informação turística na sua chegada, durante a sua estadia e à sua saída;
- Resolução de contingências, situações emergentes e deficiências produzidas durante a prestação de um serviço;
- Resolução de queixas e reclamações;
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, tarifas, viagens organizadas, trajetos, paradas e escalas;
- Demanda de informação variada da parte do cliente ao profissional do setor;
- Atendimento a fornecedores, agências de viagem e profissionais;
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens e alojamentos;
- Confirmação dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores;
- Promoção de um estabelecimento, viagem, evento ou zona turística entre atuais e potenciais clientes;
- Venda e oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais;
- Negociação com clientes ou profissionais do setor, de acordo com a prestação de serviços, colaboração ou contratação.

CA 9.2. Resolver situações de interação, em inglês, sob condições que afetam a comunicação, tais como:

- Comunicação presencial ou telefónica.
- Comunicação formal ou informal.
- Número e características dos interlocutores.
- Clareza na pronunciação e diversos sotaques.