



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
D E Q U A L I F I C A Ç Õ E S

Qualificação Profissional

GESTÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

HRT005.A2_5

Família Profissional Hotelaria, Restauração e Turismo

PERFIL PROFISSIONAL

HRT005.A2_5

GESTÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

PERFIL PROFISSIONAL			
Código	HRT005.A2_5	Denominação	GESTÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS
Nível	5	Família profissional	Hotelaria, Restauração e Turismo (HRT)
Competência Geral	Desenhar, promover, vender e operar viagens combinadas e outros produtos e serviços turísticos, realizando a gestão administrativa e financeira dos departamentos correspondentes, utilizando, se necessário, a língua inglesa ou francesa, de forma a cumprir os objetivos da empresa ou entidade e as necessidades dos clientes.		
Unidades de Competência (UC)	N.º	Denominação	Código
	1	Desenhar viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos	UC20.2_5
	2	Promover, vender e operar a oferta turística	UC22.2_5
	3	Realizar serviços administrativos e financeiros em operações turísticas	UC23.2_5
	4	Comunicar em inglês, com um nível de desempenho independente, nos serviços de intermediação turística	UC24.2_5
Âmbito profissional: Desenvolve sua atividade em agências de viagem, operadores turísticos, e outras entidades dedicadas à intermediação e gestão turística.			
Ambiente Profissional	Setores produtivos: Esta qualificação situa-se no setor turístico, principalmente nos subsectores de intermediação.		
	Ocupações e postos de trabalho relacionados: (CNP. 2010) <u>Sugestões</u> Técnico de turismo Técnico de agência de viagem Técnico de promoção e venda de destinos e produtos turísticos		

UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)

UC1: DESENHAR VIAGENS ORGANIZADAS E OUTROS PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS	
Código: UC20.2_5	Nível: 5

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

EC1: Pesquisar, selecionar e processar informação turística nacional e internacional mais relevantes.

- CD 1.1. As fontes de informação são identificadas e selecionadas em função da segmentação do mercado.
- CD 1.2. As ferramentas necessárias para a recolha das informações são selecionadas.
- CD 1.3. A informação turística é selecionada e organizada, de acordo com as necessidades atuais da procura e em função da segmentação do mercado.
- CD 1.4. A informação turística selecionada e organizada é processada e arquivada.

EC2: Elaborar ofertas de viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos, adequados e competitivos no mercado, respondendo aos requisitos de uma procura específica, aos princípios de sustentabilidade e às normas Higiene, Saúde e Segurança no trabalho (HSST).

- CD 2.1. A oferta própria e a 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 complementos incluídos;
 - Prestadores disponíveis;
 - Retribuições impostas aos intermediários;
 - Níveis de vendas e resultados económicos.
- CD 2.2. A procura de serviços e produtos turísticos é analisada, tendo em conta:
- As motivações de viagem;
 - A capacidade económica;
 - O inquérito de satisfação;
 - As tendências de mercado atuais;
 - Outros elementos.
- 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 da procura específica do cliente, tendo em conta princípios de sustentabilidade e as normas Higiene, Saúde e Segurança no trabalho (HSST)
- CD 2.4. As características dos outros produtos e serviços turísticos são determinadas em função da análise do mercado e segmento a que se destina o produto ou da procura específica do cliente.
- CD 2.5. Os serviços, e os respetivos prestadores, incluídos numa viagem organizada ou nos produtos e serviços turísticos são determinados, considerando as ofertas das agências de viagem parceiras, operadores de transporte e outros intermediários turísticos.
- CD 2.6. As ofertas e orçamentos dos serviços são selecionados, considerando as garantias de prestação nos termos previstos, os fatores que determinam a melhor relação qualidade/preço

e a maior competitividade do produto final, aplicando, se for preciso, técnicas de negociação.

- CD 2.7.** 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 2.8.** Os documentos que asseguram a disponibilidade e/ou confirmação dos serviços são formalizados, refletindo o compromisso dos prestadores e os termos de contratação, respeitando, nos casos de intermediação, as condições definidas por esta.
- CD 2.9.** A oferta da viagem é definida, elaborando o desenho para a sua comercialização.
- CD 2.10.** Os itinerários e as atividades a serem realizados são comunicados às autoridades competentes para obtenção das respetivas autorizações.

EC3: Programar transferes individuais ou em grupo, cumprindo as especificações dos organizadores da viagem, princípios de sustentabilidade e as normas de Higiene, Saúde e Segurança no trabalho (HSST).

- CD 3.1.** As tarifas dos transportadores são requeridas, negociadas e acordadas.
- CD 3.2.** As petições de serviços de *transferes* são analisadas com a finalidade de determinar os meios de transporte, as adaptações à mobilidade reduzida, sensorial, visual, entre outras, e assistências requeridos, garantindo que dispõem de todos os dados necessários para a orçamentação e programação do serviço.
- CD 3.3.** As tarifas dos serviços de *transferes* são determinadas para efeitos da sua inclusão nos suportes de oferta.

EC4: Planear excursões e visitas de carácter regular ou por encomenda, garantindo a satisfação do cliente e cumprindo os princípios de sustentabilidade e de Higiene, Saúde e Segurança no trabalho (HSST).

- CD 4.1.** Os itinerários das excursões ou visitas são definidos, considerando:
- os recursos turísticos da zona e sua sustentabilidade,
 - os horários adequados ou disponíveis,
 - a infraestrutura,
 - os meios de transporte necessários,
 - a disponibilidade de estabelecimentos de restauração,
 - as condições meteorológicas e outros fatores,
 - adaptações à mobilidade reduzida, sensorial, visual, entre outras.
- CD 4.2.** Os serviços incluídos são determinados e requeridos aos prestadores e as tarifas e termos de colaboração são avaliadas mediante visitas de inspeção, selecionando os mais adequados.
- CD 4.3.** As tarifas são fixadas 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 aos vendedores intermediários e a oferta da concorrência.
- CD 4.4.** Os mínimos de passageiros por operação são determinados, e nos casos de operações regulares, as frequências de saídas são definidas, considerando a procura atual e potencial.
- CD 4.5.** As tarifas determinadas são incluídas nos suportes de oferta.

Contexto Profissional

Meios de produção

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. Material cartográfico: mapas físicos e digitais, incluindo mapas turísticos e mapas de trilhas. Informação detalhada sobre dependências, instalações, horários e tarifários dos prestadores de serviços e atividades complementares. Informações turísticas locais, incluindo avaliação dos recursos

turísticos e a sua acessibilidade. Tarifas de equipamentos e materiais adaptados ao itinerário. Protocolos de ação em situações de emergência. Listagem detalhada com tarifas de materiais de sinalização e demarcação, equipamentos de primeiros socorros e segurança sanitária.

Produtos e resultados

Itinerários desenhados e orçamentados. Autorizações concedidas. Tarifas determinadas e fixadas.

Informação utilizada ou gerada

Documentação impressa, em suportes magnéticos e digitais sobre: destinos, produtos e serviços turísticos. Desenhos e mapas. Tarifas e taxas. Código deontológico da profissão. Requisitos exigidos e regulamentos aplicáveis aos viajantes nacionais e internacionais. Regras de fornecedores e prestadores de serviços. Regulamento interno da empresa ou entidade organizadora. Guias, horários, tarifas, catálogos, anuários, manuais operacionais. Instruções, memorandos e relatórios. Informações sobre pessoas de contacto e recetoras de grupos de clientes no destino.

UC2: PROMOVER, VENDER E OPERAR A OFERTA TURÍSTICA

Código: UC22.2_5

Nível: 5

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

EC1: Promover e negociar a oferta turística para Operador Turístico (TO – Tour Operator) e FIT – Free Independent Travelers (Individual), de forma a atrair o interesse dos clientes.

- CD 1.1. A informação sobre os clientes atuais e potenciais é recolhida, criando uma base de dados sobre os mercados emissores, as suas preferências, poder de compra e outras informações de interesse comercial.
- CD 1.2. 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 definir estratégias de promoção e garantir o sucesso de vendas.
- CD 1.3. Os mercados e os tipos de consumidores aos quais devem ser aplicadas as estratégias de promoção são selecionados, de modo a alcançar os objetivos de venda.
- CD 1.4. Os planos de promoção são criados, elaborando orçamentos das despesas promocionais e as tarefas a executar, tendo em conta os objetivos de marketing da empresa.
- CD 1.5. Os canais de distribuição são identificados e utilizados, e os suportes de promoção tais como, brochuras, *flyers* e outros, digitais e/ou físicos, são produzidos para potencializar as vendas.
- CD 1.6. 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 1.7. Os mercados selecionados são contactados, utilizando os procedimentos adequados.
- CD 1.8. Os acordos de prestação de serviços são propostos e negociados, dentro do quadro da política e diretrizes comerciais da entidade e do seu âmbito de responsabilidade.

EC2: Vender a oferta turística para Operador Turístico (TO – Tour Operator) e FIT – Free Independent Travelers (Individual), utilizando os canais de distribuição selecionados pela empresa ou entidade.

- CD 2.1. As informações detalhadas sobre a oferta turística são inseridas nos diversos meios de divulgação e canais de distribuição.
- CD 2.2. As solicitações dos clientes são confirmadas, quando necessário, tendo em conta a disponibilidade dos serviços incluídos no pacote.
- CD 2.3. As notas de entrega e faturas cobradas ao cliente são emitidas, como consequência de vendas realizadas, conectando-as ao arquivo de vendas.
- CD 2.4. Adiantamentos ou saldos devidos são cobrados ao cliente, na forma de pagamento escolhida, em caso de pagamentos parciais.
- CD 2.5. As liquidações de vendas e faturas de fornecedores são controladas através das ferramentas de gestão da empresa.

EC3: Informar e aconselhar o cliente (Walk-in) sobre o destino, serviços, produtos e tarifas, de modo a satisfazer as suas necessidades, despertando o interesse de compra.

- CD 3.1. Os pedidos de informação do cliente são atendidos, identificando as suas motivações e interpretando as suas expectativas.
- CD 3.2. A assessoria é prestada ao cliente informando-o sobre as opções disponíveis, aconselhando-o sobre as que melhor se adaptam às suas necessidades.
- CD 3.3. Os suportes promocionais e os meios de acesso à informação são utilizados de forma eficiente a fim de determinar as opções disponíveis.
- CD 3.4. A comunicação com os clientes é realizada, utilizando os meios mais eficazes para alcançar uma boa interação e compreensão.
- CD 3.5. Os preços ou tarifas, bem como, as taxas adicionais aplicáveis, são comunicados de forma precisa e completa.
- CD 3.6. Os dados do cliente e a informação fornecida são registados no suporte previsto, efetuando o

seguimento e incentivando-o à compra.

EC4: Gerir reservas e vendas.

- 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 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. Os dados das reservas solicitadas ou confirmadas são registados no suporte previsto para o efeito, determinando e notificando o cliente nas datas limite para a emissão dos documentos de confirmação ou pagamento dos serviços.
- CD 4.5. 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 4.6. A tarifa da viagem é notificada ou reconfirmada, informando as condições de pagamento.
- CD 4.7. As características e especificidades da viagem são comunicadas ou reiteradas e, caso necessário, o contrato da viagem organizada, é formalizado ou constatado pelo prestador de serviço.
- CD 4.8. 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.
- CD 4.9. 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 4.10. 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 4.11. Os vouchers, recibos, bilhetes de passagem e documentação complementares são emitidos, selecionando o material previsto pelos fornecedores e entregues, caso necessário, ao cliente, nos prazos e termos fixados ou acordados com o mesmo.
- CD 4.12. As cópias dos documentos formalizados ou emitidos e as listas de passageiros são distribuídas ao pessoal ou entidades determinadas.
- CD 4.13. O registo da venda e de outra documentação administrativa prevista no respetivo procedimento é efetuado, procedendo à sua conclusão e à distribuição das cópias de acordo com o estabelecido.

EC5: Operar viagens organizadas, assegurando a prestação dos serviços nas condições estabelecidas, alcançando a satisfação dos clientes e cumprindo os princípios de sustentabilidade e as normas de HSST.

- CD 5.1. Os documentos de suporte dos direitos de usufruto 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 5.2. A preparação da documentação e dos elementos complementares para serem entregues ou expedidos é realizada com a antecedência necessária ou prevista de acordo com a data de início da viagem.
- CD 5.3. Os documentos de controlo requeridos pelos prestadores de serviços, listas de passageiros, vouchers e outros são elaborados, incluindo as observações relativas às especificidades dos serviços ou requerimentos especiais dos viajantes e remetidos no tempo e na forma previstos.
- CD 5.4. As situações de emergência e imprevistos que ocorrem durante o desenvolvimento da viagem são resolvidas e reportadas.
- CD 5.5. A operação da viagem e os serviços incluídos são avaliados e os relatórios previstos são elaborados e remetidos aos respetivos departamentos.

EC6: Operar transferes de grupo ou individuais, assegurando a prestação dos serviços nas condições estabelecidas, alcançando a satisfação dos clientes e cumprindo os princípios de sustentabilidade e as normas de HSST.

- CD 6.1. As solicitações de transferes 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 6.2. Os transferes confirmados são registados no suporte previsto e os serviços necessários para a sua realização são geridos com os prestadores, obtendo a respetiva confirmação.
- CD 6.3. A operação dos transferes é reconfirmada e controlada, assegurando a sua prestação nos termos previstos.
- CD 6.4. Os documentos de suporte dos direitos de usufruto dos transferes, tais como vouchers e outros, são emitidos, ou a sua emissão é constatada para os vendedores intermediários, nos termos e prazos estabelecidos.
- CD 6.5. Os documentos de controlo requeridos pelos prestadores de serviços, listas de passageiros, vouchers e outros são elaborados, incluindo as observações relativas às especificidades dos serviços ou requerimentos especiais dos viajantes e remetidos no tempo e na forma previstos.
- CD 6.6. As situações de emergência e imprevistos que ocorrem durante a operacionalização dos transferes são resolvidas e reportadas.
- CD 6.7. A operacionalização dos transferes é avaliada e os relatórios previstos são elaborados e remetidos aos respetivos departamentos.

EC7: Operar excursões e visitas, assegurando a prestação dos serviços nas condições estabelecidas, alcançando a satisfação dos clientes e cumprindo os princípios de sustentabilidade e as normas de HSST.

- CD 7.1. 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 7.2. A operacionalização da excursão ou visita e os serviços incluídos são avaliados, determinando o grau de adaptação do produto turístico à procura e propondo alternativas que podem melhorar o itinerário ou visita.
- CD 7.3. Os documentos de suporte dos direitos de usufruto das excursões e visitas, tais como vouchers e outros, são emitidos, ou a sua emissão é constatada para os vendedores intermediários, nos termos e prazos estabelecidos.
- CD 7.4. Os documentos de controlo requeridos pelos prestadores de serviços, listas de clientes, vouchers e outros são elaborados, incluindo as observações relativas às especificidades dos serviços ou requerimentos especiais dos viajantes e remetidos no tempo e na forma previstos.
- CD 7.5. As situações de emergência e imprevistos que ocorrem durante a operacionalização das excursões e visitas são resolvidas e reportadas.
- CD 7.6. A operacionalização das excursões é avaliada e os relatórios previstos são elaborados e remetidos aos respetivos departamentos.
- CD 7.7. 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.

EC8: Participar na melhoria da qualidade de processos e serviços de modo a elevar os padrões estabelecidos e o nível de satisfação do cliente.

- CD 8.1. O serviço é prestado, cumprindo ou superando os *standards* de qualidade, conforme os procedimentos e instruções estabelecidos, tendo em conta as necessidades dos clientes, promotores de viagem e intermediários.
- CD 8.2. A avaliação da satisfação dos serviços recebidos pelos clientes é realizada, utilizando questionários, motivando o seu preenchimento.
- CD 8.3. Os relatórios de avaliação dos prestadores de serviços são elaborados, segundo o procedimento estabelecido.
- CD 8.4. As reclamações são atendidas com amabilidade, eficácia e máxima discrição:

- Seguindo o procedimento estabelecido;

- Cumprindo a legislação de defesa do consumidor;
- Tomando as medidas adequadas para a sua resolução e satisfação do cliente, e dando feedback contínuo ao cliente.

CD 8.5. 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 8.6. 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 reservas e sistemas de distribuição global (GDS) e seus respectivos manuais. Sistemas de faturação. Sistemas de certificação de qualidade. Legislação e regulamentação do sector. Computadores com aplicações informáticas de 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. Protocolos Internos, dos Fornecedores e das entidades organizadoras. Materiais e equipamentos de primeiros socorros.

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 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, terrestres e marítimos, comprovativos de aluguer de automóveis, vouchers, mensagens de confirmação, entre outros), emitidos ou enviados. Bases de dados de clientes elaborados. Relatórios elaborados.

Informação utilizada ou gerada

Informação impressa, em suportes magnéticos e digitais 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. Instruções, memorandos e relatórios. Faturas, recibos, *vouchers*. CSQ (*Customer Services Questions*).

UC3: REALIZAR SERVIÇOS ADMINISTRATIVOS E FINANCEIROS EM OPERAÇÕES TURÍSTICAS

Código: UC23.2_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, classificados e arquivados, seguindo as instruções e normas dos fornecedores e da entidade.
- CD 1.2. Os documentos emitidos são controlados, comprovando a entrada dos mesmos nos suportes de venda e nos registos de inventário.
- CD 1.3. As participações de vendas são remetidas aos fornecedores, de acordo com os procedimentos estabelecidos, anexando cópias ou cupões contabilísticos dos documentos emitidos.
- CD 1.4. 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 1.5. Os memorandos ou relatórios de vendas 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 e/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, são informadas 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 é devidamente ordenado, 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 contabilísticas e administrativas, tanto internas como externas, são investigadas, resolvidas e 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. O registo das operações de tesouraria é efetuado, realizando as anotações necessárias 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. Sistemas de faturação. Planilhas financeiras de controlo. Taxas de câmbio.

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 contabilísticos 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. Planilhas de controlo financeiro.

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

Código: UC24.2_5

Nível: 5

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

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

CD 1.1. A documentação escrita e outra, em inglês, é interpretada e processada com rapidez e precisão para a comunicação com o cliente e profissionais do sector.

CD 1.2. A documentação escrita e outra, em português, é traduzida com precisão 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, gramatical 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 operador turístico, e outros profissionais;
- Negociação de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação com clientes e profissionais do sector;
- Atendimento direto ao cliente de agências de viagem ou operador turístico, e outras entidades de intermediação turística;
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens combinadas, trajetos, paragens e escalas;
- Solicitação 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 viagem;
- Confirmação dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores;
- Resolução de contingências, situações de emergência e imprevistos surgidas durante a prestação de um serviço turístico;
- Resolução de queixas e reclamações.

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

CD 2.3. As diferentes documentações são elaboradas e interpretadas com precisão e consistência.

EC3: Comunicar oralmente, de modo fluente, em inglês, com clientes e fornecedores, no âmbito da intermediação turística, em situações presenciais ou à distância, 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 em encontros e conversas relativas a situações próprias da intermediação turística, tais como:

- Criação de produtos e serviços turísticos;
- Promoção de produtos e serviços turísticos;

- Atendimento a fornecedores, agências de viagem ou operador turístico, e demais profissionais;
- Negociação de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação com clientes e profissionais do sector;
- Atendimento direto ao cliente de agências de viagem ou operador turístico, e outras entidades de intermediação turística;
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens combinadas, trajetos, paragens e escalas;
- Solicitação 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 viagem ou operador turístico;
- Confirmação dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores;
- Resolução de contingências, situações de emergência e imprevistos surgidos durante a prestação de um serviço turístico;
- Resolução de queixas e reclamações.

CD 3.2. A interação é realizada num nível competente, atendendo às diferentes condicionantes, tais como o número e as características dos interlocutores, o espaço e o momento de comunicação.

Contexto Profissional

Meios de produção

Equipamentos informáticos com acesso à internet, impressora e telefone. Aplicações informáticas. Dicionários e manuais. Guias de conversação. Materiais de escritório. Documentos escritos e outros suportes. Plataformas digitais de tradução.

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. Manuais turísticos, catálogos, sinalética turística. CSQ traduzidos. Feedback a clientes por escrito, em inglês.

PROGRAMA FORMATIVO ASSOCIADO AO PERFIL PROFISSIONAL
HRT005.A2_5
GESTÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS

PERFIL PROFISSIONAL DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL			
Unidades de Competência (UC)	N.º	Denominação	Código
	1	Desenhar viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos	UC20.2_5
	2	Promover, vender e operar a oferta turística	UC22.2_5
	3	Realizar serviços administrativos e financeiros em operações turísticas	UC23.2_5
	4	Comunicar em inglês, com um nível de desempenho independente, nos serviços de intermediação turística	UC24.2_5

PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL				
Código: HRT005.A2_5		Denominação	GESTÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS	
Nível: 5		Família profissional	Hotelaria, Restauração e Turismo (HRT)	
Duração indicativa		1.095 Horas		
UNIDADES FORMATIVAS TRANSVERSAIS	N.º	Denominação	Duração	Código
	1	Marketing Digital	25 horas	UF437.1
	2	Sistema de distribuição turística	25 horas	UF439.1
MÓDULOS FORMATIVOS (MF)	1	Desenho de viagens organizadas, produtos e serviços turísticos	120 horas	MF20.2_5
	2	Promoção, venda e operacionalização da oferta turística ▪ UF16.2 Mercado e distribuição turística (60 horas) ▪ UF19.2 Qualidade na distribuição turística (25 horas) ▪ UF21.2 Comercialização e atendimento ao cliente em agências de viagens (120 horas)	205 horas	MF22.2_5
	3	Serviços administrativos e financeiros em operações turísticas	210 horas	MF23.2_5
	4	Inglês profissional para serviços de intermediação turística	150 horas	MF24.2_5
	5	Módulo Formativo em Contexto Real de Trabalho (MFCRT)	360 horas	MT_HRT005.A2

UF437.1: 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 Tradicional
- CA 1.3. Explicar a importância do marketing na promoção de uma atividade/projeto.

RA2. Mobilizar os recursos necessários à elaboração de conteúdos para canais *on-line*.

- CA 2.1. Enumerar as diferentes plataformas de comunicação *on-line* e identificar as diferenças entre elas (públicos, formas de comunicação e de conteúdos).
- CA 2.2. Identificar e selecionar os recursos necessários para a comunicação e promoção em canais *on-line*.

RA3. Preparar conteúdos para canais *on-line*.

- CA 3.1. Conhecer os atributos e as funcionalidades das plataformas de informação *on-line*.
- CA 3.2. Identificar os recursos necessários para a criação de conteúdos.
- CA 3.3. Identificar as técnicas de promoção de conteúdos nos medias.
- CA 3.4. Numa situação prática de elaboração de conteúdos, para canais *on-line*:
 - Definir os conteúdos;
 - Identificar o tipo de publicação a realizar e o objetivo delineado;
 - Identificar e selecionar as plataformas e os canais *on-line* a utilizar;
 - Criar os conteúdos, em diferentes formatos, considerando os diferentes públicos;
 - Indexar os conteúdos aplicando as técnicas e códigos de comunicação adequados;
 - Aplicar as técnicas de promoção de conteúdos nos medias;
 - Recolher e sistematizar os dados de desempenho das publicações, para medir o alcance dos *posts* e interpretar o *feedback* do público.

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.

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

- Reservas diretas
- Plataformas de consulta
- Comunicação
- Táticas

UF439.1: 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, tendo em conta as novas tecnologias.

- CA 1.1.** Conhecer a legislação que regula a atividade das Agências de Viagem e dos operadores turísticos.
- CA 1.2.** Descrever as funções e as características das agências de viagem, em geral, classificar e caracterizar os diferentes tipos de agências de viagem.
- CA 1.3.** Descrever as funções e as características dos operadores turísticos, em geral, classificar e caracterizar os diferentes tipos de operadores turísticos.
- CA 1.4.** Identificar os serviços e produtos turísticos distribuídos pelas agências de viagem e pelos operadores turísticos.
- CA 1.5.** Descrever as características de venda de serviços e produtos turísticos e as relações que se produzem com os seus fornecedores.
- CA 1.6.** Explicar as características e particularidades da distribuição turística e relacionar os diferentes suportes e operadores que facilitam a distribuição.
- CA 1.7.** 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 1.8.** Explicar a distribuição turística pela Internet, reconhecendo as suas características e aplicações, identificar e interpretar a oferta em suportes digitais de prestadores e intermediários turísticos.
- CA 1.9.** Explicar a importância das novas tecnologias na distribuição turística e descrever a situação atual e as suas tendências.

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 transferes, utilizando os programas CRS e/ou GDS:
- Atender pedidos de reserva, identificando a informação que deve disponibilizar ao cliente.
 - 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 cálculos de preços através da informação proporcionada pelos sistemas de gestão.
 - 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 reafirmando seus termos, preços e serviços
 - Efetuar a emissão dos títulos de transporte e demais documentos necessários para a viagem, utilizando os suportes adequados.

Conteúdos

1. A distribuição turística

- 1.1. Conceito de distribuição de serviços turísticos.
 - 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 viagem e operadores turísticos
 - 1.3.1. Funções.
 - 1.3.2. Tipos de agências de viagem e operadores turísticos
 - 1.3.3. Estruturas organizativas das distintas agências de viagem e operadores turísticos
 - 1.3.4. Normativas e regulamentos da atividade das agências de viagem e operadores turísticos
- 1.4. As centrais de reservas. Tipos e características
- 1.5. Análise da distribuição turística no mercado nacional e internacional.

2. Utilização de terminais de sistemas globais de distribuição (GDS) e de aplicações informáticas de gestão de agências de viagem e operadores turísticos

- 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, terrestres e 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. Plataformas digitais

MÓDULOS FORMATIVOS (MF)

MF1: DESENHO DE VIAGENS ORGANIZADAS, PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Código: MF20.2_5

Nível:5

Duração: 120 Horas

Associado à UC20.2_5: Desenhar viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos

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 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.

RA4. Categorizar as tendências da procura turística e as preferências e necessidades dos clientes.

- CA 1.1. Pesquisar as tendências da procura turística, de acordo com a segmentação de mercado
- CA 1.2. Identificar as preferências e necessidades dos clientes.
- CA 1.3. Organizar e arquivar as informações recolhidas.

RA5. Elaborar ofertas de viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos adequados e competitivos no mercado, aplicando procedimentos, técnicas e recursos tecnológicos.

- CA 2.1. Descrever os diferentes tipos de viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos que implicam a integração de serviços, como excursões e transferes, identificando suas componentes.
- CA 2.2. Explicar as especificidades económicas, operativas e de comercialização dos diferentes tipos de viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos.
- CA 2.3. Analisar as viagens incluídas nas ofertas de diversos operadores turísticos, estabelecer as suas diferenças, comparando-as e identificando suas vantagens competitivas, em função dos segmentos do mercado.

- CA 2.4.** Explicar as fases de elaboração e programação de viagens organizadas, produtos e serviços turísticos, e descrever objetivos e resultados, tendo em conta:
- 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;
 - operacionalização.
- CA 2.5.** Explicar o processo de programação de transferes individuais ou de grupos, caracterizando suas fases e descrevendo objetivos e resultados: definição do produto; seleção de serviços e de fornecedores; orçamentação e operacionalização.
- CA 2.6.** Explicar os processos de elaboração e programação 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; operacionalização.
- CA 2.7.** Utilizar programas informáticos, tais como folha de cálculo para a elaboração de orçamentos de viagens organizadas, excursões e transferes.
- CA 2.8.** Numa prática simulada de desenho de viagens organizadas, excursões ou transferes, 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 2.9.** Numa prática simulada de desenho de viagens organizadas, excursões ou transferes, 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.
 - Solicitar as autorizações para realizar as atividades previstas.
 - 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.

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 atracção, 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 CV.

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

3.3. Legislações base que regulam o setor turístico em CV.

4. Informação turística nacional e internacional

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.

5. O alojamento como componente do produto turístico.

1.6. Os estabelecimentos de alojamento.

1.6.1. Classificações, características e modalidades de estadia.

1.6.2. Cadeias Hoteleiras

1.6.3. Tipos de tarifas e condições de aplicação.

1.7. Principais fornecedores de alojamento.

1.8. Relações entre as empresas de alojamento e as agências de viagem e os operadores turísticos.

6. O transporte como componente do produto turístico.

1.9. O transporte aéreo regular.

1.9.1. Principais companhias aéreas.

1.9.2. Tipos de viagens aéreas.

1.9.3. Tarifas: tipos.

1.9.4. Fontes informativas do transporte aéreo regular.

1.10. O transporte aéreo *charter*.

1.10.1. Companhias aéreas *charter* e *brokers* aéreos.

1.10.2. Tipos de operações *charter*.

1.11. Transporte terrestre.

1.11.1. Vias de comunicação.

1.11.2. Aluguer de automóveis com e sem condutor.

1.11.3. Serviços de bus.

1.11.4. Principais companhias.

1.12. Transporte aquático.

1.12.1. Características.

- 1.12.2. Portos e classificação.
- 1.12.3. Modalidades e serviços nos transportes marítimos.
- 1.12.4. Características e classes de barcos.
- 1.12.5. Principais companhias marítimas.
- 1.12.6. Os cruzeiros: companhias, rotas, tarifas, reservas.
- 1.13. Relações dos fornecedores de serviços de transporte com as agências de viagem e operadores turísticos.

7. Outros elementos das viagens organizadas, excursões e transferes.

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

8. Criação e operação de viagens organizadas.

- 1.16. Conceito de viagem organizada. Tipos.
- 1.17. Relações entre operadores turísticos e agências de viagem. Condições de colaboração e termos de retribuição.
- 1.18. As fases de elaboração, programação, comercialização e operacionalização de viagens organizadas.

9. Programação e operação de excursões e transferes.

- 1.19. Tipos de excursões e visitas.
- 1.20. Características e serviços que incluem.
- 1.21. Operações regulares e operações de acordo com a procura.
- 1.22. Normas aplicáveis.
- 1.23. Programação e operação de excursões.
- 1.24. Os transferes como operação própria das agências de viagem recetoras. Tipos de transferes. Programação e operação de *transferes*.

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, VENDA E OPERACIONALIZAÇÃO DA OFERTA TURÍSTICA		
Código: MF22.2_5	Nível: 5	Duração: 205 Horas
Associado à UC22.2_5: Promover, vender e operar a oferta turística		

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

Denominação_UF	Código_UF
Mercado e distribuição turística	UF16.2
Qualidade na distribuição turística	UF19.2
Comercialização e atendimento ao cliente em agências de viagens	UF21.2

UF16.2: 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. Analisar a situação do mercado turístico nacional e internacional, tendo em conta a oferta e a procura.

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 relevantes do mercado turístico, nacional e internacional, e descrever as características das suas respetivas ofertas.

RA2. Analisar a distribuição turística, as entidades e os meios que a configuram, tendo em conta a 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, apontando 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 viagem e operadores turísticos, caracterizando as diferentes tipologias.

CA 2.4. Identificar os serviços e produtos turísticos distribuídos pelas agências de viagem e operadores turísticos, 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 e interpretar a oferta em suportes digitais de prestadores e intermediários turísticos.

RA3. Analisar o mercado turístico no que tange às relações comerciais, operativas e contratuais das agências de viagem e operadores turísticos com os diferentes fornecedores de serviços turísticos.

CA 3.1. Explicar as relações entre os fornecedores de serviços turísticos, as agências de viagem e os operadores turísticos, analisando os diferentes processos que essas relações produzem, identificando e aplicando, as normas e os convênios que as regulam.

CA 3.2. Identificar os fornecedores de serviços e aceder às suas ofertas, obtendo a informação necessária sobre os serviços e seus preços ou tarifas.

CA 3.3. Redigir documentos ou mensagens de pedidos 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 3.4. 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.

CA 3.5. Identificar e preencher documentos administrativos e contabilísticos próprios das operações de viagens organizadas, excursões e transferes e redigir relatórios de avaliação.

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 viagem.

2.2.1. Funções.

2.2.2. Tipos de agências de viagem.

2.2.3. Estruturas organizativas das distintas agências de viagem.

2.2.4. Normativas e regulamentos da atividade das agências de viagem.

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.

UF19.2: 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.** Identificar e diferenciar os sistemas de certificação de qualidade dos serviços turísticos, explicando os respectivos objetivos, identificando fatores-chave e barreiras.
- CA 1.5.** Identificar os standards de cumprimento de qualidade dos diferentes serviços turísticos que compõem a sua oferta, no âmbito dos sistemas de certificação de qualidade.
- CA 1.6.** Identificar 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 nível de cumprimento do sistema de qualidade nas unidades de distribuição e informação turística, identificando deficiências, 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.

RA2. Interpretar especificações de qualidade em agências de viagem e operadores turísticos, 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 viagem e operadores turísticos.
- CA 2.3.** Identificar os procedimentos de tratamento e resolução de reclamações, aplicando 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 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. Sistemas de qualidade para agências de viagem e operadores turísticos.
- 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.

UF21.2: 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.
- CA 1.2.** Distinguir e analisar os processos de informação e vendas de serviços e produtos turísticos das agências de viagem, dos operadores turísticos 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 o seu pedido 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 as necessidades e solicitações de informação dos potenciais clientes, resolvendo com amabilidade e discrição as suas reclamações, potenciando a boa imagem da entidade que presta o serviço.

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

- CA 2.1.** Distinguir 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 *transferes*:
- Atender os pedidos de reservas.
 - Informar, controlar a disponibilidade e venda.
 - Efetuar o registo.
 - Verificar com os fornecedores, extras, notificações de vendas, reconfirmações e pedidos especiais.
 - Acompanhar as reservas, confirmações e oferta de alternativas.
 - Realizar a emissão de documentação.
- CA 2.4.** Explicar o processo de reserva de *transferes*, 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 transferes, 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, descrevendo e aplicando técnicas de promoção de vendas e de negociação, para atingir objetivos empresariais.

CA 3.1. Definir segmentos de procura e utilizar 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 com a atual oferta no mercado, procurando identificar aspetos positivos e negativos.

CA 3.6. Descrever as técnicas de *merchandising* aplicáveis em agências de viagem, operadores turísticos e outras entidades de distribuição.

CA 3.7 Numa simulação prática de desenvolvimento de propostas de ações promocionais:

- Aplicar Técnicas de promoção de vendas
- Aplicar técnicas de comunicação e atendimento ao cliente

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 viagem e operadores turísticos
- 1.3. Os códigos de práticas das associações e federações internacionais. 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 viagem e operadores turísticos. O processo de autorização e licenciamento pela IATA (Associação Internacional de Transportes Aéreos) e as companhias aéreas. O BSP: função, estrutura e procedimentos operativos. A retribuição às agências de viagem e operadores turísticos 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 viagem e operadores turísticos. Termos de retribuição. Tarifas. Gestão de reservas. Emissão de passagens.
- 2.8. O transporte terrestre. Relações entre as companhias de transporte terrestre e as agências de viagem e operadores turísticos. Termos de retribuição. Tarifas. Gestão de reservas. Emissão de passagens.

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 viagem. 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 viagem e operadores turísticos

- 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.

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-alvo".
- 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 viagem e operadores turísticos.
- 5.6. O *merchandising*.
- 5.7. Elementos de *merchandising* próprios da distribuição turística.
- 5.8. Utilização do *merchandising* em agências de viagem e operadores turísticos.

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. Aplicação das técnicas.
 - 6.8. O atendimento ao cliente.
 - 6.8.1. Atitude positiva e atitude pró-ativa. A empatia.
 - 6.8.2. Os esforços discricionais. Simulação.
 - 6.9. Os processos de venda. Fases da venda e técnicas aplicáveis. A venda telefónica. Simulação.
 - 6.10. A negociação. Elementos básicos. A planificação da negociação. Estratégias e técnicas. Aplicação.
 - 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 viagem e operadores turísticos e de outras entidades de distribuição turística.
- 7. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas ou CRS, sistemas de distribuição global ou GDS e programas informáticos de tratamento de texto.**

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: MF23.2_5	Nível: 5	Duração: 210 Horas
Associado à UC23.2_5: Realizar serviços administrativos e financeiros em operações turísticas		

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

RA1. Efetuar o registrar de operações contábilísticas das agências de viagem e operadores turísticos 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 econômica das agências de viagem e operadores turísticos
- CA 1.2. Identificar as operações contábilísticas mais usuais efetuadas nas agências de viagem e operadores turísticos, selecionando e adequando os documentos justificativos dos mesmos.
- CA 1.3. Desenvolver o processo contábilístico básico, aplicando as normas em vigor.
- CA 1.4. Determinar os resultados econômicos 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 viagem, operadores turísticos e outras entidades de distribuição turística.

- CA 2.1. Identificar e classificar os diferentes tipos de documentos administrativos utilizados em agências de viagem, operadores turísticos 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 controle de documentos.
- CA 2.3. Preencher documentos administrativos específicos das agências de viagem, operadores turísticos 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 econômicas internas e externas, aplicando-os e descrevendo a sua importância.

- CA 3.1. Descrever os procedimentos de faturação, controle 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 controle 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.** Explicar o funcionamento das contas correntes, interpretando-as adequadamente assim como os documentos emitidos.
- CA 3.8.** 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 Viagem ou Operadores Turístico, em situações devidamente definidas.

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 viagem e operadores turísticos.
- 1.7. A tesouraria nas agências de viagem e operadores turísticos.
- 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 viagem, operadores turísticos e outras entidades de distribuição turística

- 2.1. Processos administrativos internos em agências de viagem, operadores turísticos 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 tráfego, 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. Processos administrativos derivados da venda de transporte terrestres: Aplicação de procedimentos estabelecidos pelos fornecedores; Preenchimento 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 diversos. Condições de aceitação.
- 4.4. O pagamento a 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 viagem e operadores turísticos
- 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.

MF4: INGLÊS PROFISSIONAL PARA SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO TURÍSTICA

Código: MF24.2_5

Nível: 5

Duração: 150 Horas

Associado à UC24.2_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 e operador turístico, em alojamentos, nos postos de informação turística, nos meios de transporte marítimo, aéreo e terrestre, na chegada, durante a estadia e na 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 viagem e operadores turísticos e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagem e operadores turísticos.
- 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.
- Outras barreiras na comunicação

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 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 ou operador turístico, em alojamentos, nos postos de informação turística, nos meios de transporte marítimo, aéreo e terrestre, na chegada, durante a estadia e na 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, escalas e stopover.
- Atendimento a fornecedores, agências de viagem, operadores turísticos e outros profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagem e operadores turísticos.
- 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.
- Outras barreiras na comunicação

RA4. Redigir documentos, em inglês, utilizando um vocabulário adequado, referentes ao contexto profissional dos serviços de Agências de Viagem e operadores turísticos.

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 viagem e operadores turísticos.
- 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 nas agências de viagem e operadores turístico, em alojamentos, nos postos de informação turística, nos meios de transporte marítimo, aéreo e terrestre, na chegada, durante a estadia e na 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, operadores turísticos e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagem e operadores turísticos.
- 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.
- Outras barreiras na comunicação.

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. Emissão de bilhetes, *vouchers* e outros documentos.
- 1.3. Negociação com fornecedores e profissionais do setor.
- 1.4. Preenchimento de documentação da gestão de uma agência de viagem ou operador turístico.

2. Informações turísticas.

- 2.1. Divulgação de informação entre serviços/departamentos.
- 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 interesse turístico e a sua logística.
- 2.5. Informação e assessoria ao cliente.

3. Atendimento ao cliente nos serviços turísticos.

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

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 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.

MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO		MT_HRT005.A2
Nível: 5	Duração indicativa: 360 Horas	
Associado a todas as Unidades de Competência		

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

RA 1. Categorizar as tendências da procura turística e as preferências e necessidades dos clientes.

CA 1.1. Pesquisar as tendências da procura turística, de acordo com a segmentação de mercado.

CA 1.2. Identificar as preferências e necessidades dos clientes.

CA 1.3 Organizar e arquivar as informações recolhidas.

RA 2. Analisar o mercado turístico, identificando os destinos turísticos nacionais e internacionais mais relevantes.

CA 2.1. Analisar a situação do mercado turístico nacional e internacional, tendo em conta a oferta e a procura.

CA 2.2. Identificar os fornecedores mais significativos do mercado turístico nacional e internacional, e descrever as características das suas respetivas ofertas.

RA 3. Elaborar ofertas de viagens organizadas e outros produtos e serviços turísticos adequados e competitivos no mercado, aplicando procedimentos, técnicas e recursos tecnológicos.

CA 3.1. Analisar as viagens incluídas nas ofertas de diversos operadores turísticos, estabelecer as suas diferenças, comparando-as e identificando suas vantagens competitivas em função dos segmentos do mercado.

CA 3.2. Colaborar no desenho de viagens organizadas, excursões ou transferes, 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.
- Solicitar as autorizações para realizar as atividades previstas.
- 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.

RA 4. Colaborar nos processos de venda e reservas de viagens organizadas, excursões e transferes, e aplicar os procedimentos estabelecidos, utilizando os suportes, manuais ou informáticos, de uso habitual no sector.

CA 4.1. Apoiar nas vendas e reservas de viagens organizadas, excursões ou transferes, 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 4.2. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas ou CRS, sistemas de distribuição global ou

GDS e programas informáticos de tratamento de texto.

CA 4.3. Colaborar na gestão dos pedidos de reservas de viagens organizadas, excursões ou transferes, 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.

RA5. Colaborar no desenvolvimento de ações promocionais, aplicando técnicas de promoção de vendas e de negociação, para atingir objetivos empresariais.

CA 5.1. Definir segmentos de procura turística

CA 5.2. 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 5.3 Apoiar no desenvolvimento de propostas de ações promocionais:

- Aplicar Técnicas de promoção de vendas
- Aplicar técnicas de comunicação e atendimento ao cliente

RA6. Interpretar especificações de qualidade em agências de viagem e operadores turísticos, aplicar procedimentos de atendimento de reclamações e incluir sugestões de melhoria, e detetando desvios e deficiências.

CA 6.1. Utilizar ferramentas de gestão da qualidade no atendimento de reclamações e incluir propostas para a resolução de problemas.

CA 6.2. Numa prática simulada, interpretar e analisar procedimentos, instruções de trabalho e *standards* de qualidade, descrevendo a sua aplicação.

RA7. Colaborar nos processos de reservas de viagens organizadas, produtos e serviços (alojamento, excursões/atividades e *transferes*), e aplicar os procedimentos estabelecidos, utilizando os suportes manuais ou informáticos de uso habitual no setor.

CA 7.1. 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 *altamente*.
- 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 7.2. 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 7.3. 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 7.4. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas ou CRS, sistemas de distribuição global ou GDS e programas informáticos de tratamento de texto.

CA 7.5. Numa prática simulada de pedidos de reservas de viagens organizadas, excursões ou *transfêres*, 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, reafirmando seus termos, preços e serviços.

RA8. Colaborar no registo de operações contabilísticas das agências de viagem ou operador turístico segundo a normativa vigente, geral e setorial, reconhecendo a importância deste procedimento.

CA 8.1. Colaborar no processo contabilístico básico, aplicando as normas em vigor.

CA 8.2. Participar na determinação dos resultados económicos parciais e finais que correspondem a um período de tempo determinado.

RA9. Colaborar nas operações de gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos, realizando as comprovações necessárias com precisão e exatidão requeridas.

CA 9.1. 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 9.2. Preencher impressos administrativos e contabilísticos para registar operações de tesouraria.

CA 9.3. Preencher relatórios periódicos de movimentos de caixa.

CA 9.4. 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 9.5. Participar nos 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.

RA10. Comunicar oralmente, em inglês, expressando e interpretando com fluidez e espontaneidade, mensagens próprias da intermediação turística, em diferentes situações, formais e informais.

CA 10.1. 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 viagem e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagem.
- Promoção de viagem, eventos, pontos de interesse turístico, entre outros.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.

CA 10.2. Numa prática simulada, interpretar e comunicar de forma geral, mensagens orais emitidas em inglês, 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.
- Clareza da pronúncia.
- Outras barreiras da comunicação

CA 10.3. 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 viagem.
- Promoção de viagem, eventos, pontos de interesse turístico, entre outros.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.

RA11. Comunicar por escrito, em inglês, expressando e interpretando com precisão, mensagens próprias da intermediação turística, em diferentes situações, formais e informais.

CA 11.1. 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 eletrônicos.
- Informação sobre alojamentos, serviços e tarifas.

RA12. Redigir documentos, em inglês, utilizando um vocabulário adequado, referentes ao contexto profissional dos serviços de Agência de Viagem ou Operador Turístico

CA 12.1. 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 12.2. 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.