



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

Qualificação Profissional

CRIAÇÃO E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

HRT005_5

Família Profissional Hotelaria, Restauração e Turismo

Índice

PERFIL PROFISSIONAL	3
UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)	4
UC1: Elaborar e operar viagens organizadas e transfers (UC20_4)	4
UC2: Gerir unidades de informação e distribuição turística (UC21_5)	8
UC3: Vender serviços turísticos e viagens (UC22_4)	11
UC4: Desenvolver a gestão económico-administrativa de agências de viagens (UC23_5)	14
UC5: Comunicar em inglês, com um nível de desempenho independente, nos serviços de intermediação turística (UC24_3)	16
PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL	20
MÓDULOS FORMATIVOS (MF)	21
MF1: Viagens organizadas e transfers (MF20_4)	21
Unidade Formativa 1: UF16 - Mercado e distribuição turística	21
Unidade Formativa 2: UF17 - Viagens organizadas	24
Unidade Formativa 3: UF18 - Sistemas globais de distribuição	27
Unidade Formativa 4: UF19 - A qualidade na distribuição turística	28
MF2: Gestão de unidades de informação e distribuição turística (MF21_5)	30
Unidade Formativa 1: UF16 - Mercado e distribuição turística	30
Unidade formativa 2: UF20 - Processos de gestão de unidades de informação e distribuição turística	33
Unidade Formativa 3: UF19 - A qualidade na distribuição turística	37
MF3: Venda de serviços turísticos e viagens (MF22_4)	39
Unidade Formativa 1: UF16 - Mercado e distribuição turística	39
Unidade Formativa 2: UF21 - Comercialização e atendimento ao cliente em agências de viagens	42
Unidade Formativa 3: UF18 - Sistemas globais de distribuição	46
Unidade Formativa 4: UF19 - A qualidade na distribuição turística	47
MF4: Gestão económica e administrativa nas agências de viagens (MF23_5)	49
MF5: Inglês profissional para serviços de intermediação turística (MF24_3)	52
MÓDULO FORMATIVO EM CONTEXTO REAL DE TRABALHO	56

PERFIL PROFISSIONAL

HRT005_5

CRIAÇÃO E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

PERFIL PROFISSIONAL			
Código	HRT005_5	Denominação	CRIAÇÃO E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS
Nível	5	Família profissional	Hotelaria, Restauração e Turismo
Competência Geral	Criar e operar viagens combinadas e vender serviços e produtos turísticos, desenvolvendo a gestão económica e administrativa inerente e gerindo o departamento correspondente da agência de viagens, utilizando a língua inglesa, caso seja necessário.		
Unidades de Competência	N.º	Denominação	Código
	1	Elaborar e operar viagens organizadas, excursões e <i>transfers</i> .	UC20_4
	2	Gerir unidades de informação e distribuição turística.	UC21_5
	3	Vender serviços turísticos e viagens.	UC22_4
	4	Desenvolver a gestão económica - administrativa de agências de viagens.	UC23_5
	5	Comunicar em inglês, com um nível de desempenho independente, nos serviços de intermediação turística.	UC24_3
Ambiente Profissional	Âmbito profissional: Desenvolve sua actividade em agências de viagens, operadores turísticos, e outras entidades dedicadas à intermediação turística.		
	Sectores produtivos: Esta qualificação situa-se no sector turístico, principalmente nos subsectores da intermediação.		
	Ocupações e postos de trabalho relacionados: (CNP. 2010) 341400 TÉCNICOS DE TURISMO		
	Sugestões Técnicos de agência de viagens Técnicos de promoção e venda de produtos turísticos		

UNIDADES DE COMPETÊNCIA (UC)

UC1: ELABORAR E OPERAR VIAGENS ORGANIZADAS E TRANSFERS

Código: UC20_4

Nível: 4

Elementos de competência e critérios de desempenho:

EC1: Elaborar viagens organizadas, adequadas e competitivas para a sua oferta no mercado, respondendo aos requisitos de uma demanda específica.

CD 1.1. A oferta própria e da concorrência, tanto actual como de épocas anteriores, é analisada no que se refere a:

- Quota de mercado;
- Destinos oferecidos;
- Características dos produtos, serviços e cumprimentos incluídos;
- Prestadores, opções e variáveis disponíveis;
- Retribuições impostas aos intermediários;
- Níveis de vendas e resultados económicos.

CD 1.2. A demanda de serviços e produtos turísticos é analisada, tendo em conta:

- Motivações de viagens;
- Capacidade económica;
- Inquérito de satisfação.

CD 1.3. O itinerário, as características da viagem organizada e os serviços incluídos, são determinados em função da análise do mercado e segmento a que se destina o produto ou das demandas específicas do cliente.

CD 1.4. Os serviços e os prestadores dos mesmos, incluídos numa viagem organizada são determinados, considerando as ofertas das agências de viagens receptoras, brokers aéreos e outros intermediários turísticos.

CD 1.5. As ofertas e cotizações dos serviços são obtidas e seleccionadas considerando as garantias de prestação nos termos previstos e os factores que determinam a melhor relação qualidade/preço e a maior competitividade do produto final, aplicando, se for preciso, técnicas de negociação.

CD 1.6. Os documentos que asseguram a disponibilidade dos serviços são formalizados, reflectindo o compromisso dos prestadores e os termos de contratação e recolhendo, nos casos de intermediação, as condições definidas por esta.

CD 1.7. Os orçamentos da viagem organizada são realizados considerando as previsões de vendas, os custos fixos e variáveis, as retribuições dos retalhistas e a margem de lucro, determinando o preço de custo, o preço de venda a grosso, os preços de venda ao público, os suplementos, o lucro e outros indicadores económicos.

CD 1.8. A apresentação da oferta da viagem é definida, elaborando o desenho ou transferindo a tarefa aos responsáveis pelo desenho ou à comercialização.

EC2: Gerir as reservas de forma a atingir ou exceder os níveis previstos de vendas.

CD 2.1. Os pedidos de reserva são atendidos para aconselhar sobre os destinos e meios de transporte que melhor respondam às expectativas dos clientes.

CD 2.2. Os pedidos de reserva são processados, garantindo a disponibilidade de espaço e gerindo a confirmação dos serviços pelos prestadores.

CD 2.3. A situação em que o pedido se encontra é comunicada, garantindo que é compreendido e aceite e, nos casos em que não seja possível confirmar ao cliente uma viagem ou qualquer dos seus serviços, as alternativas possíveis são consideradas e comunicadas aos clientes, fornecendo argumentos para alcançar a aceitação.

CD 2.4. As reservas são registadas nos suportes estabelecidos, manuais ou informáticos, controlando o estado das quotas de ocupação, informando os prestadores sobre as vendas

efectuadas, assinalando os lugares nos meios de transporte, e levando a cabo o seguimento das solicitações pendentes de confirmação.

CD 2.5. O preço da viagem é notificado ou reconfirmado, informando o montante do sinal e as datas do pagamento da quantidade restante.

CD 2.6. As características e especificidades da viagem são comunicadas ou reiteradas e, caso necessário, o contrato de viagem organizada, é formalizado ou constatada a sua formalização pelo intermediário vendedor.

CD 2.7. Os termos em que as reservas foram confirmadas pelos prestadores, especialmente os que se referem aos tempos limites, pagamentos antecipados e liquidações, são regularmente controlados e as instruções para o seu cumprimento são atempadamente transmitidas.

EC3: Operar viagens organizadas assegurando a prestação dos serviços nas condições estabelecidas, alcançando a satisfação dos clientes.

CD 3.1. Os documentos de suporte dos direitos de percepção dos serviços, tais como passagens, *vouchers* e outros, são emitidos, ou a sua emissão é constatada para os vendedores intermediários, nos termos e prazos estabelecidos.

CD 3.2. A preparação da documentação e dos elementos complementares para serem entregues ou expedidos é realizada com a antecedência necessária ou prevista sobre a data de início da viagem.

CD 3.3. Os documentos de controlo requeridos pelos prestadores de serviços, tais como listas de passageiros e cópias de documentos emitidos, são elaborados, incluindo as observações oportunas relativas a especificidades dos serviços ou requerimentos especiais dos viajantes e são remetidos no tempo e na forma previstos.

CD 3.4. Os imprevistos são calculados e as situações emergentes e insuficiências que ocorrem durante o desenvolvimento da viagem são resolvidas.

CD 3.5. O desenvolvimento da viagem e os serviços incluídos são avaliados e os relatórios previstos ou convenientes são elaborados e remetidos aos departamentos e às pessoas que devem ser informadas.

EC4: Desenvolver e planear excursões e visitas de carácter regular ou por encomenda, obtendo rendimentos e satisfazendo as expectativas dos clientes.

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 infra-estrutura viária, os meios de transporte necessários, a disponibilidade de estabelecimentos de restauração, as condições meteorológicas e outros factores, contando com os conhecimentos e contribuições dos guias de turismo.

CD 4.2. Os serviços incluídos são determinados e requeridos aos prestadores, as tarifas e termos de colaboração, avaliando-os mediante visitas de inspecção e seleccionando os que parecerem mais adequados.

CD 4.3. Os preços de venda são fixados considerando os acordos e contractos formalizados com os prestadores, custos fixos e variáveis, previsões de venda ou número de pessoas para as quais a excursão ou visita é programada, margem de lucro, comissões a vendedores e 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 demanda actual e potencial.

CD 4.5. As solicitações de reserva são atendidas, efectuando para o controlo de lugares disponíveis e registo das vendas, informando sobre os aspectos da operação cujo conhecimento seja necessário para os clientes, acompanhantes e prestadores.

CD 4.6. O desenvolvimento da excursão ou visita e os serviços incluídos são avaliados, determinando o grau de adaptação do produto turístico à demanda e propondo alternativas que podem melhorar o itinerário ou visita.

CD 4.7. 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.

EC5: Programar e operar *transfers* individuais ou em grupo cumprindo as especificações dos

organizadores da viagem.

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

EC6: Participar na melhoria da qualidade de processos e serviços de modo a elevar os padrões estabelecidos e o nível de satisfação do cliente.

- CD 6.1. O trabalho é realizado cumprindo ou superando os *standards* de qualidade, conforme os procedimentos e instruções estabelecidos e atingindo a satisfação das expectativas dos clientes, promotores de viagem e intermediários.
- CD 6.2. A informação sobre os destinos, as características dos serviços, os prestadores, assim como sobre as condições potencialmente adversas à qualidade é aplicada na elaboração das viagens organizadas, excursões e *transfers*.
- CD 6.3. A manifestação da satisfação ou insatisfação dos serviços recebidos pelos clientes é requerida, solicitando-lhes informação, remetendo-lhes questionários de satisfação e motivando-os para o seu preenchimento.
- CD 6.4. Os relatórios de avaliação dos prestadores de serviços são elaborados segundo o procedimento estabelecido.
- CD 6.5. As reclamações são atendidas com amabilidade, eficácia e máxima descrição,
- Seguindo o procedimento estabelecido;
 - Cumprindo a legislação de defesa do consumidor;
 - Tomando as medidas adequadas para a sua resolução e para a satisfação dos clientes.
- CD 6.6. Os produtos são regularmente avaliados, em termos da qualidade dos serviços integrados e do seu sucesso no mercado, para o planeamento futuro e tomada de decisão.
- CD 6.7. A comunicação com os clientes e prestadores é fluida, utilizando os meios mais eficazes para alcançar a boa interacção e compreensão na comunicação.

Contexto profissional:

Meios de produção:

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

Manuais de arquivo, actualização e gestão da informação. Manuais de procedimento administrativo. Formulários. Manuais de elaboração de documentos tais como *vouchers*, recibos, facturas, notas de crédito e débito, etc. Manuais de procedimentos de controlo de qualidade.

Produtos e resultados:

Formalização e envio de mensagens de pedido de reserva, reconfirmação, alteração ou cancelamento de serviços. Elaboração de informações diversas complementares tais como descrição dos serviços e estabelecimentos, informações sobre os destinos, produtos e serviços, etc. Desenho de viagens e excursões. Arquivo de documentos internos e externos. Informação e assessoria sobre destinos, produtos e serviços turísticos prestados. Vendas de direitos de utilização de serviços turísticos e de viagens efectuadas. Documentos de pagamento ou confirmação de serviços tais como bilhetes de transporte aéreos e marítimos, comprovantes de aluguer de automóveis, *vouchers* de hotel e de operadores turísticos, mensagens de confirmação, etc., emitidos ou enviados.

Informação utilizada ou gerada:

Informação impressa, em suportes magnéticos e em página *Web* sobre:

- Destinos, produtos e serviços turísticos.
- Tarifas e taxas.
- Requisitos exigidos e regulamentos aplicáveis aos viajantes nacionais e internacionais.
- Regras de fornecedores e prestadores de serviços.
- Regulamento interno da empresa.

Suportes:

- De informação externa: guias, horários, tarifas, catálogos, anuários, manuais operacionais, manuais de vendas, manuais de emissão de documentos, etc.
- De informação interna: instruções, ordens, memorandos, circulares, relatórios, guias, manuais, etc.

Manuais operativos, instruções, ordens, memorandos, circulares, relatórios, guias, etc. Documentos tais como relatórios de venda, documentos de prestadores de serviços.

UC2: GERIR UNIDADES DE INFORMAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA

Código: UC21_5

Nível: 5

Elementos de competência e critérios de desempenho:

EC1: Propor objectivos e planos para as Unidades de Informação ou distribuição da oferta turística da sua responsabilidade, que são viáveis e integrados no planeamento global e estratégico da entidade e que respondam às necessidades actuais e emergentes dos viajantes, prestadores de serviços no destino e outros usuários da Unidade.

CD 1.1. Os planos gerais da empresa ou organização e os específicos da uma área de actuação são analisados através de informação directa e expressa com a finalidade de obter dados que permitam propor objectivos viáveis.

CD 1.2. Os objectivos de carácter particular para a Unidade são definidos e propostos aos seus superiores.

CD 1.3. As opções de actuação são identificadas, avaliadas e seleccionadas as mais adequadas aos objectivos definidos, tendo em conta a disponibilidade de recursos, os períodos de época alta dos destinos e as características da empresa ou organização.

CD 1.4. Os planos e acções para atingir os objectivos definidos dentro da sua área de responsabilidade são formulados e quantificados, revendo-se o seu grau de cumprimento.

EC2: Fazer os orçamentos do departamento ou área da sua responsabilidade, monitorizando o controlo económico e orçamental.

CD 2.1. Os dados históricos da Unidade da sua responsabilidade são revistos e as previsões económicas são estabelecidas, de acordo com a planificação geral da empresa ou entidade, com o número e variedade de serviços programados e com os objectivos quantitativos e qualitativos determinados.

CD 2.2. Os orçamentos económicos e de tesouraria são elaborados aplicando técnicas de previsão e estabelecendo a sua quantificação e periodicidade em função da sazonalidade própria da actividade turística.

CD 2.3. Os orçamentos são apresentados aos superiores hierárquicos, considerando as correcções que estes formulam e procedendo às modificações necessárias.

CD 2.4. O procedimento para o seguimento do orçamento da sua Unidade é definido e aprovado para a sua execução.

CD 2.5. O controlo orçamental é efectuado nos prazos e termos estabelecidos, comprovando o cumprimento dos objectivos económicos.

CD 2.6. Os cálculos necessários para detectar possíveis desvios respeitantes aos objectivos económicos são realizados de forma precisa, propondo medidas correctivas adaptadas a cada caso, permitindo manter os serviços mais competitivos ou com maior impacto estratégico nos períodos de época alta.

CD 2.7. Os resultados do controlo orçamental são transmitidos, mediante os relatórios adequados, às pessoas e departamentos correspondentes, no tempo e forma estabelecidos.

EC3: Estabelecer a estrutura organizacional da Unidade de informação e distribuição turística, identificando e organizando os recursos para atingir os objectivos.

CD 3.1. O tipo de estrutura organizativa que resulta mais adequado para atingir os objectivos e planificação estabelecidos é determinado, adaptando-a à sazonalidade própria da actividade e em função das disponibilidades de financiamento.

CD 3.2. A incorporação às redes de intercâmbio de informação e cooperação mais adequadas é proposta, para rentabilizar sinergias, garantir a imprescindível actualização permanente da informação e oferta turística e agilizar a sua distribuição.

CD 3.3. As funções e tarefas a realizar, as relações internas da Unidade e as relações com outros agentes turísticos e sociais da área territorial são estabelecidas com a finalidade de atingir os objectivos.

- CD 3.4. Os recursos humanos necessários são determinados, considerando as variáveis sazonais ou periódicas derivadas dos hábitos dos viajantes.
- CD 3.5. Os postos de trabalho e o seu perfil profissional são definidos para a selecção profissional e para criar a estrutura organizacional.
- CD 3.6. A colaboração no processo de selecção do pessoal é prestada avaliando as competências técnicas do candidato.
- CD 3.7. O trabalho é organizado e distribuído entre a equipa sob a sua dependência com critérios de equidade e competência dos colaboradores.

EC4: Integrar e orientar o funcionário, envolvendo-o nos objectivos e motivando-o a responder às necessidades dos clientes com profissionalismo.

- CD 4.1. O pessoal dependente é integrado, formado e avaliado de modo participativo, para que realize as tarefas distribuídas com eficácia e eficiência.
- CD 4.2. As motivações do pessoal dependente no seu âmbito de responsabilidade são identificadas com a finalidade de estabelecer um sistema de reconhecimento personalizado.
- CD 4.3. As metas e objectivos da organização ou empresa turística são explicados para a sua compreensão e adopção por cada membro da equipa dependente, de modo a incutir nos mesmos o espírito de trabalho em equipa.
- CD 4.4. A motivação do pessoal da Unidade da sua responsabilidade é atingida promovendo e valorizando a iniciativa, o esforço, a criatividade e o seu papel na transmissão da imagem de marca do distribuidor turístico, destino ou âmbito territorial e no trabalho em equipa.
- CD 4.5. As responsabilidades e funções do pessoal são determinadas e a autoridade necessária para o seu cumprimento é delegada para desenvolver o espírito de responsabilidade dos seus colaboradores.
- CD 4.6. As instruções e indicações ao pessoal são transmitidas de forma clara, assegurando-se da sua perfeita compreensão.

EC5: Implementar e gerir, dentro da sua área de responsabilidade, a cultura da qualidade e o sistema de qualidade adoptado, de forma a atingir os objectivos da empresa ou organização.

- CD 5.1. Os serviços no âmbito da sua responsabilidade são definidos com a sua contribuição tendo em conta as expectativas dos diferentes tipos de clientes, tais como usuários finais, agentes turísticos do destino e outros.
- CD 5.2. Os *standards* de qualidade são determinados ou colocados na determinação e formulação de procedimentos e instruções de trabalho de acordo com o sistema de qualidade estabelecido.
- CD 5.3. A cultura de qualidade é difundida entre o pessoal a seu cargo, instruindo-o sobre o sistema e ferramentas de qualidade e fomentando a sua participação na melhoria contínua.
- CD 5.4. O sistema de qualidade é implementado, identificando as condições adversas à qualidade, tanto actuais como potenciais, definindo e executando planos de melhoria.
- CD 5.5. O sistema de indicadores e de controlo de qualidade interna é definido, analisando os dados disponíveis, informando os seus superiores e os outros departamentos implicados, definindo e aplicando acções preventivas e correctivas.
- CD 5.6. Os procedimentos para a recolha e análise de informação sobre a qualidade externa e os inquéritos de satisfação, ou métodos equivalentes, são definidos com a sua colaboração, facilitando e fomentando a participação dos clientes.
- CD 5.7. A aplicação dos procedimentos, instruções e o cumprimento dos standards e normas são comprovados, efectuando a avaliação periódica e sistemática da qualidade no âmbito da sua responsabilidade.

Contexto profissional:

Meios de produção:

Computadores com aplicações informáticas de gestão e com conexão à Internet. Impressoras. Aparelhos de Fax. Telefones. Formulários e documentos administrativos próprios e de fornecedores. Documentação

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

Produtos e resultados:

Planeamento e organização eficiente da Unidade de sua responsabilidade. Integração, direcção e coordenação do pessoal dependente. Realização dos objectivos: prestação rentável de serviços, desenvolvimento estratégico de novos serviços, contribuição para a criação e distribuição de serviços e produtos turísticos e para o desenvolvimento regional, entre outros. Pessoal motivado e envolvido nos objectivos da empresa ou organização e consciência do seu papel na transmissão da imagem de toda a cadeia turística do seu ambiente territorial. Optimização de custos. Fidelização dos clientes.

Informação utilizada ou gerada:

Plano estratégico da agência de viagens e turismo e se for o caso, de seu âmbito territorial de actuação. Preços e tarifas; Orçamentos. Informação impressa, em suportes magnéticos e em páginas Web sobre seu âmbito territorial de actuação, produtos e serviços turísticos; requisitos exigíveis, normativas, direitos e vias de reclamação aplicáveis aos viajantes nacionais e internacionais; regulamento dos prestadores de serviços. Disposições legais e convénios colectivos. Bases de dados e inventários turísticos. Informação económica e administrativa da empresa ou entidade. Relatórios de gestão. Plano de qualidade da empresa ou entidade. Inventários de material e equipamento. Ficheiro de clientes, visitantes e emprestadores. Registo de pessoal. Manual e regulamento interno da empresa. Registos de qualidade.

REVOGADO

UC3: VENDER SERVIÇOS TURÍSTICOS E VIAGENS

Código: UC22_4

Nível: 4

Elementos de competência e critérios de desempenho:

EC1: Informar e aconselhar os clientes sobre os destinos, serviços, produtos e tarifas de modo a satisfazer as suas necessidades e expectativas e despertar o interesse de compra.

- CD 1.1. Os pedidos de informação do cliente são atendidos, identificando as suas motivações e interpretando as suas expectativas.
- CD 1.2. Instruir os clientes sobre os produtos, serviços existentes e dos benefícios que resultarão da sua utilização, de modo a superar as expectativas dos mesmos e despertando o interesse de compra.
- CD 1.3. Fornecer aos clientes informações suficientes e relevantes para os induzir a tomar uma decisão positiva, fazendo encomendas e compras.
- CD 1.4. A assessoria é prestada ao cliente informando-o sobre as opções disponíveis e aconselhando-o, em função das suas preferências e possibilidades, sobre as que melhor se adaptam às suas necessidades e são facilitadas por fornecedores preferentes.
- CD 1.5. Os suportes informativos e os meios de acesso à informação são utilizados de forma eficiente a fim de determinar as opções disponíveis.
- CD 1.6. Os preços ou tarifas, bem como as taxas adicionais aplicáveis, são definidas de forma precisa e completa.
- CD 1.7. Os dados do cliente e da informação fornecida são registados no suporte previsto nos casos em que for conveniente, efectuando um seguimento com o objectivo de conseguir a venda.
- CD 1.8. Os meios mais eficazes para a comunicação com os clientes são empregados para alcançar uma boa interacção e compreensão na comunicação.

EC2: Vender serviços e produtos turísticos satisfazendo as necessidades do cliente e obtendo receitas óptimas para a empresa.

- CD 2.1. No processo de venda, as motivações do cliente são identificadas, mediante os procedimentos estabelecidos, mantendo equilibradas as suas expectativas em relação às realidades que encontrarão no destino ou serviço turístico.
- CD 2.2. Os dados do cliente e dos serviços ou produtos por ele requeridos são registados no suporte previsto para o efeito.
- CD 2.3. Os suportes informativos e os meios de acesso à informação são utilizados de forma eficiente a fim de determinar as opções disponíveis.
- CD 2.4. As previsões necessárias da procura são realizadas e os preços ou tarifas, bem como as taxas adicionais aplicáveis, são devidamente definidas.
- CD 2.5. A reserva dos serviços ou produtos é gerida de forma eficaz informando o cliente do resultado e, nos casos de não confirmação, reiniciando a interacção com o cliente para lhe oferecer opções alternativas adequadas.
- CD 2.6. As situações que puderem ocorrer, nos casos em que se deve esperar pela resposta à solicitação de reserva, são notificadas ao cliente, efectuando o correspondente seguimento e informando-o nos prazos acordados.
- CD 2.7. Todos os dados das reservas solicitadas ou confirmadas são registados no suporte previsto para o efeito, determinando e notificando o cliente as datas limite para a emissão dos documentos de confirmação ou pagamento dos serviços.
- CD 2.8. A comunicação com os clientes é fluida no momento da venda, utilizando o meio mais eficaz para se alcançar uma boa interacção e compreensão na comunicação.
- CD 2.9. Os clientes perdidos que possam ter escolhido outros fornecedores são contactados para procurar sua recuperação.

EC3: Realizar a emissão dos documentos que comprovem a confirmação, o pagamento e o direito do cliente em receber os serviços reservados a seu favor.

- CD 3.1. As importâncias que o cliente deve pagar em conceito de depósito ou sinal são-lhe notificados, confirmando a modalidade de pagamento que vai utilizar.
- CD 3.2. Os documentos que deve apresentar para cada serviço ou produto vendido, tais como *vouchers* e recibos, são convenientemente seleccionados, determinando os dados que deve incluir em cada documento.
- CD 3.3. Os *vouchers*, recibos, bilhetes de passagem e documentação complementares são emitidos e entregues, caso necessário, ao cliente.
- CD 3.4. As cópias dos documentos formalizados ou emitidos e as listas de passageiros são distribuídas ao pessoal ou entidades determinadas, estabelecendo referências com os suportes da venda e com outros documentos previstos nos correspondentes procedimentos.
- CD 3.5. A documentação complementar que deve ser anexa aos documentos emitidos é escolhida, seleccionando o material previsto pelos fornecedores.
- CD 3.6. A documentação e o material adicional são entregues ou enviados ao cliente nos prazos e termos fixados ou acordados com o mesmo.
- CD 3.7. O registo da venda e de outra documentação administrativa prevista no respectivo procedimento é devidamente preenchido, procedendo à conclusão do mesmo e à distribuição das cópias de acordo com o estabelecido.

EC4: Promover a oferta de serviços turísticos da organização entre os seus clientes e os potenciais, atraindo o interesse de comprar e procurando a fidelização dos clientes.

- CD 4.1. O estudo de mercado dispendioso para estabelecer os perfis dos consumidores que irão ser influenciados pelas combinações promocionais, é elaborado garantindo que a cobertura do mercado seja correcta e os mercados seleccionados estejam a ser contactados de maneira eficaz.
- CD 4.2. A informação sobre os clientes actuais é recolhida, criando bases de dados dos mesmos e incorporando informação sobre as suas preferências, pedidos, poder de compra e outra de interesse comercial.
- CD 4.3. A oferta de serviços e a política e directrizes comerciais da entidade, em relação à concorrência, é suficientemente conhecida, determinando as suas diferenças positivas e competitividade para garantir o sucesso de vendas.
- CD 4.4. Os mercados e os tipos dos consumidores aos quais devem ser aplicados as estratégias de promoção são seleccionados, de modo a obter um lucro óptimo, e o potencial total de vendas para os produtos postos a venda.
- CD 4.5. Os planos de promoção consistentes, tendo em conta os objectivos de marketing e da empresa, são criados elaborando orçamentos das despesas promocionais e as tarefas a executar.
- CD 4.6. As brochuras são produzidas com variações suficientes para as distinguir de todas as outras e folhetos especiais para diferentes tipos de clientes, contribuindo assim para vendas mais eficazes.
- CD 4.7. As acções promocionais, tais como prémios, encaminhadas para fidelizar os clientes actuais e para captar novos clientes são concebidas e programadas, desenvolvendo os elementos de suporte para as mesmas.
- CD 4.8. As acções promocionais apresentam mensagens verdadeiras e honestas, tornando o produto, a empresa e a sua reputação o mais conhecido possível e são executadas, efectuando um seguimento das mesmas, avaliando o seu resultado e confeccionando os relatórios correspondentes.
- CD 4.9. Os acordos de prestação de serviços são propostos e negociados com clientes actuais ou potenciais, dentro do quadro da política e directrizes comerciais da entidade e do seu âmbito de responsabilidade.
- CD 4.10. Os elementos de promoção são convenientemente dispostos, organizando as zonas de exposição com critérios de dinamismo e de atracção para os viajantes e visitantes.

EC5: Participar nos processos de melhoria da qualidade e dos serviços da entidade para a qual trabalha, com a finalidade de elevar o padrão e o nível de satisfação do cliente.

- CD 5.1. O trabalho é realizado cumprindo ou superando os *standards* de qualidade, de acordo com os procedimentos e instruções estabelecidos e alcançando a satisfação das expectativas dos clientes.
- CD 5.2. O esforço da empresa para controlar e melhorar a qualidade dos serviços oferecidos é informado aos clientes.
- CD 5.3. O seu conhecimento directo sobre os clientes e sobre as expectativas do mesmo, bem como sobre as condições potencialmente adversas à qualidade, é comunicado ao supervisor ou à direcção da entidade, efectuando sugestões de melhoria.
- CD 5.4. As manifestações relativamente à satisfação ou insatisfação dos clientes, são recolhidas entregando-lhes questionários de satisfação e motivando-os para que os preencham.
- CD 5.5. As queixas ou reclamações dos clientes são atendidas com amabilidade, eficácia e máxima discrição, seguindo o procedimento estabelecido, cumprindo a normativa vigente e tomando as medidas oportunas para a sua resolução e satisfação dos mesmos.

Contexto profissional:

Meios de produção:

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

Produtos e resultados:

Mensagens de pedido de reserva, reconfirmação, alteração ou cancelamento, de serviços formalizados e enviados. Informações diversas complementares, tais como descrição dos serviços e estabelecimentos, informações sobre os destinos feitos produtos e serviços, etc. Notas de débito e de crédito feitas. 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 efectuadas. Documentos de pagamento ou confirmação de serviços emitidos ou enviados tais como bilhetes de transporte aéreos e marítimos, comprovantes de aluguer de automóveis, *vouchers* de hotel e de operadores turísticos, mensagens de confirmação, etc.

Informação utilizada ou gerada:

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

UC4: DESENVOLVER A GESTÃO ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS

Código: UC23_5

Nível: 5

Elementos de competência e critérios de desempenho:

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

- CD 1.1. As necessidades relativas a documentos e material são determinadas e os pedidos correspondentes são efectuados.
- CD 1.2. Os documentos e materiais recebidos são controlados, registados, classificados e armazenados, seguindo as instruções e normas dos fornecedores e da entidade.
- CD 1.3. Os documentos e materiais necessários são entregues às pessoas que os utilizarão, sendo os excedentes retirados, no fim da jornada.
- CD 1.4. Os documentos emitidos são controlados, comprovando a entrada dos mesmos nos suportes de vendas e nos registos de inventário.
- CD 1.5. As participações de vendas são confeccionadas e remetidas, de acordo com os procedimentos estabelecidos pelos fornecedores, anexando aos mesmos, cópias ou cupões contabilísticos dos documentos emitidos.
- CD 1.6. As medidas necessárias para evitar perdas, roubos e fraudes são adoptadas, aplicando os procedimentos de segurança estabelecidos e notificando as incidências detectadas aos superiores.

EC2: Facturar e liquidar dívidas ou créditos de clientes de forma precisa.

- CD 2.1. Os alvarás e facturas com débito a clientes são produzidos como consequência das vendas efectuadas.
- 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 efectuando a devolução em numerário.
- CD 2.4. As cópias dos documentos originados são distribuídas e arquivadas ou remetidas, na forma estabelecida nos correspondentes procedimentos.

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

- CD 3.1. As relações periódicas de facturas 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 efectuando os correspondentes apontamentos.
- CD 3.5. As incidências ocorridas, especialmente as que se referem à falta de cumprimento de pagamento por parte de clientes é informada aos departamentos correspondentes.

EC4: Controlar as liquidações e facturas dos prestadores, resolvendo as discrepâncias e incidências contabilísticos e administrativas.

- CD 4.1. O arquivo de documentos emitidos e de registo de operações mantém-se devidamente ordenado, actualizado e referenciado.
- CD 4.2. As liquidações de vendas e facturas de fornecedores são controladas, informando da

conformidade para o respectivo pagamento ou emitindo o oportuno relatório de incidências.

CD 4.3. As solicitações de regularização de débitos incorrectos são efectuadas, remetendo-as aos fornecedores.

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

EC5: Efectuar 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 cheques de viagem são efectuadas, determinando o contravalor que se deve pagar, aplicando a normativa vigente e formalizando os documentos e registos prescritos.

CD 5.2. Os documentos de pagamento, dinheiro em numerário, moeda estrangeira e cheques de viagem são depositados, passando recibos a favor de clientes.

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

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

CD 5.5. Os resumos de caixa são confeccionados e as contas de caixa e bancos são controlados, efectuando balanços e tabelas, resolvendo e informando as diferenças encontradas, de acordo com as instruções emitidas sobre o tema.

CD 5.6. As medidas de segurança necessárias são adoptadas para evitar roubos e perdas.

Contexto profissional:

Meios de produção:

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

Produtos e resultados:

Relação do extracto de contas de clientes. Diversos documentos administrativos gerados pelo processo de vendas, reembolsos e outros que não envolvam a finalização de tais processos, por exemplo, recibos de depósito e de documentos para serem reembolsados, etc., formalizados e colocados numa lista. Inventários e arquivos efectuados e controlados. Facturas e notas de crédito a clientes efectuados. Cobranças efectuadas e as respectivas comprovativas de pagamento. Pagamentos efectuados e respectivos comprovativos de pagamento. Suportes dos registos contabilísticos realizados. Controlo de caixa e banco e os respectivos relatórios. Reposição e controlo de *stock* de materiais e documentos efectuados, e respectivos registos.

Informação utilizada ou gerada:

Documentos tais como relatórios de venda, documentos de prestadores de serviços, guias de remessa, facturas, recibos, documentos de contabilidade tais como notas de crédito, documentos e registos de transacções com moeda estrangeira e cheques de viagem, formulários para o registo de operações de tesouraria, fecho de caixa.

UC5: COMUNICAR EM INGLÊS, COM UM NÍVEL DE DESEMPENHO INDEPENDENTE, NOS SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO TURÍSTICAS

Código: UC24_3

Nível: 3

Elementos de competência e critérios de desempenho:

EC1: Interpretar mensagens orais de complexidade média em inglês, expressados pelos clientes e fornecedores, numa velocidade normal no âmbito da intermediação turística, com o objectivo de prestar um serviço adequado e satisfazer os requerimentos dos clientes e fornecedores.

CD 1.1. A expressão oral do cliente ou do profissional em inglês, empregando uma linguagem *standard* é interpretada com precisão em situações previsíveis, tais como:

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

CD 1.2. A compreensão oral em inglês ocorre e é interpretada no essencial adequando-a aos diferentes condicionamentos que podem afectá-la.

EC2: Interpretar, sem precisar de um dicionário, documentos de complexidade média escritos em inglês, no âmbito da intermediação turística, para obter informação, processá-la e levar a cabo as acções oportunas.

CD 2.1. A documentação escrita em inglês relativa a instruções, cartas, *faxes*, correios electrónicos e notas é interpretada com atenção e agilidade em situações previsíveis, tais como:

- Consulta de manuais de maquinaria, equipamento ou utensílio da actividade de intermediação turística.
- Consulta de manuais de aplicação informática.
- Consulta de regulamento.
- Leitura de mensagens, cartas, *faxes* ou correios electrónicos.
- Informação sobre destinos, serviços e preços.

CD 2.2. A compreensão escrita em inglês ocorre adequando a interpretação aos condicionantes que a podem afectar.

EC3: Expressar a clientes e fornecedores em inglês, mensagens orais fluentes, de complexidade média, no âmbito da intermediação turística, em situações de comunicação presencial ou à distância, com o objectivo de prestar um serviço adequado, conseguir a satisfação do cliente e trocar informação com outros profissionais.

CD 3.1. A expressão oral em inglês realiza-se produzindo mensagens coerentes que utilizem um vocabulário amplo relacionado com a actividade e são emitidos com fluidez e espontaneidade em encontros e conversas relativas a situações próprias da intermediação turística, tais como:

- Atendimento directo ao cliente de agências de viagens e turismo, e outras entidades de intermediação turística.
- Resolução de contingências, situações de emergência e deficiências produzidas

durante a prestação de um serviço turístico.

- Resolução de queixas e reclamações.
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens combinadas, trajectos, paragens e escalas.
- Demanda de informação variada por parte do cliente ou profissional do sector.
- Atendimento a fornecedores, agências de viagem e turismo, e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens.
- Confirmação dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores.
- Venda ou oferecimento de serviços e produtos turísticos ou promocionais.
- Negociação com clientes ou profissionais do sector de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação.

CD 3.2. A expressão oral em inglês ocorre tendo em conta os diferentes condicionantes que podem afectar a mesma.

EC4: Produzir em inglês, documentos escritos de complexidade média, gramaticalmente e ortograficamente correctos, necessários para o cumprimento eficaz da sua responsabilidade e para garantir os procedimentos da intermediação turística, utilizando um vocabulário amplo próprio da sua área profissional.

CD 4.1. A expressão escrita em inglês processa-se preenchendo ou produzindo instruções, cartas, *faxes*, correios electrónicos e notas coerentes, inteligíveis e correctos na gramática e na ortografia, referidos a situações próprias da intermediação turística, tais como:

- Redacção de informação de interesse geral para o cliente, tais como horários, datas e preços.
- Notificação de avisos para clientes de um evento ou viagem.
- Redacção e complementação de documentos relacionados com a gestão e comercialização de uma agência de viagens.
- Realização de reservas e venda de serviços e produtos turísticos.
- Atendimento por escrito de demandas informativas de clientes ou profissionais do sector.
- Gestão de reservas e confirmação de serviços por escrito.
- Resolução de queixas e reclamações por escrito.
- Formalização de documentos de controlo, contractos e *vouchers*.
- Elaboração de relatórios.
- Solicitações por escrito de informação a clientes e profissionais do sector.

CD 4.2. A expressão escrita em inglês ocorre tendo em conta os diferentes condicionantes que podem afectar.

EC5: Comunicar-se oralmente com espontaneidade, com um ou vários clientes ou fornecedores em inglês, na prestação do serviço da intermediação turística.

CD 5.1. A interacção em inglês é realizada produzindo e interpretando as mensagens orais de um ou vários interlocutores, expressas com fluidez em situações próprias da actividade de intermediação turística, tais como:

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

- Negociação com clientes ou profissionais do sector de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação.

CD 5.2. A interacção em inglês ocorre, quando se utiliza uma linguagem *standard*, tendo em conta os diferentes condicionantes que podem afectar a mesma.

Contexto profissional:

Meios de produção:

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

Produtos e resultados:

Comunicação interactiva independente com clientes e profissionais do sector em inglês para a prestação do serviço de intermediação turística.

Informação utilizada ou gerada:

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

PROGRAMA FORMATIVO ASSOCIADO AO PERFIL PROFISSIONAL

HRT005_5

CRIAÇÃO E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

PROGRAMA FORMATIVO DA QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL			
Código	HRT005_5	Denominação	CRIAÇÃO E VENDA DE PRODUTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS
Nível	5	Família profissional	Hotelaria, Restauração e Turismo
Duração Indicativa (Horas)		1.250	
Unidades de Competência	N.º	Denominação	Código
	1	Elaborar e operar viagens organizadas, excursões e <i>transfers</i> .	UC20_4
	2	Gerir unidades de informação e distribuição turística.	UC21_5
	3	Vender serviços turísticos e viagens.	UC22_4
	4	Desenvolver a gestão económica - administrativa de agências de viagens.	UC23_5
	5	Comunicar em inglês, com um nível de desempenho independente, nos serviços de intermediação turística.	UC24_3

MÓDULOS FORMATIVOS			UNIDADES FORMATIVAS	
N.º	Denominação	Código	Denominação	Código
1	Viagens organizadas e <i>transfers</i> . (260 Horas)	MF20_4	Mercado e distribuição turística. (60 horas)	UF16
			Viagens organizadas. (120 horas)	UF17
			Sistemas globais de distribuição (GDS). (50 horas)	UF18
			A qualidade na distribuição turística. (30 horas)	UF19
2	Gestão de unidades de informação e distribuição turística. (240 Horas)	MF21_5	Mercado e distribuição turística. (60 horas)	UF16
			Processos de gestão de Unidades de informação e distribuição turística. (150 horas)	UF20
			A qualidade na distribuição turística. (30 horas)	UF19
3	Venda de serviços turísticos e viagens. (260 Horas)	MF22_4	Mercado e distribuição turística. (60 horas)	UF16
			Comercialização e atendimento ao cliente em agências de viagens. (120 horas)	UF21
			Sistemas globais de distribuição (GDS). (50 horas)	UF18
			A qualidade na distribuição turística. (30 horas)	UF19
4	Gestão económica e administrativa nas agências de viagens. (210 horas)	MF23_5		
5	Inglês profissional para serviços de intermediação turística. (150 horas)	MF24_3		
MT_HRT005		Módulo formativo em contexto real de trabalho (360 horas)		

MÓDULOS FORMATIVOS (MF)

MF1: VIAGENS ORGANIZADAS E *TRANSFERS*

Código: MF20_4

Nível: 4

Duração: 260 Horas

Associado à UC20_4: Elaborar e operar viagens organizadas, excursões e *transfers*

Este MF é subdividido nas seguintes Unidades Formativas:

	Código
■ UNIDADE FORMATIVA 1: MERCADO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA	UF16
■ UNIDADE FORMATIVA 2: VIAGENS ORGANIZADAS	UF17
■ UNIDADE FORMATIVA 3: SISTEMAS GLOBAIS DE DISTRIBUIÇÃO (GDS)	UF18
■ UNIDADE FORMATIVA 4: A QUALIDADE NA DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA	UF19

UNIDADE FORMATIVA 1: UF16 - MERCADO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA (60 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: 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 factores que influenciam a procura turística individual no contexto da procura turística agregada de um destino turístico.
- CA 1.4. Reconhecer e classificar as componentes da oferta turística e explicar as características dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- CA 1.5. Descrever as variáveis que determinam a evolução e tendências da procura e da oferta turística.
- CA 1.6. Reconhecer os segmentos da procura do mercado turístico actual e descrever as suas características.
- CA 1.7. Identificar e classificar os meios de transporte, comparando e avaliando suas características de acordo com a procura.

C2: Analisar o mercado turístico identificando os destinos turísticos nacionais e internacionais mais relevantes.

- CA 2.1. Estimar a situação do mercado turístico nacional e internacional.
- CA 2.2. Identificar e descrever os principais destinos turísticos nacionais tendo em conta:
 - Tipologia de produto.
 - Potencial da procura.
- CA 2.3. Reconhecer e descrever os principais destinos turísticos internacionais tendo em conta:
 - Tipologia de produto.
 - Potencial da procura.
- CA 2.4. Descrever os fluxos turísticos actuais e justificar a situação no mercado dos diferentes destinos turísticos relativamente a segmentos da procura turística.
- CA 2.5. Identificar os fornecedores mais significativos do mercado turístico nacional e internacional e descrever as características das suas respectivas ofertas.
- CA 2.6. Explicar as características do turismo sustentável e descrever seus factores determinantes.

C3: Analisar a distribuição turística, as entidades e meios que a configuram, estimando sua evolução e a incidência das novas tecnologias.

- CA 3.1. Explicar as particularidades da distribuição turística e relacionar os diferentes suportes e operadores que facilitam tal distribuição, explicando suas características.
- CA 3.2. Explicar a importância das novas tecnologias na distribuição turística e descrever a situação actual e as suas tendências.
- CA 3.3. Descrever as funções e as características das agências de viagens, em geral, classificar e caracterizar os diferentes tipos de agências de viagens.
- CA 3.4. Identificar os serviços e produtos turísticos distribuídos pelas agências de viagens, descrever as suas características de venda e as relações que se produzem com os seus fornecedores.
- CA 3.5. 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 3.6. Explicar a distribuição turística pela Internet, reconhecendo as suas características e aplicações, identificar e interpretar a oferta em páginas web de prestadores e intermediários turísticos.

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 actual 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 Factores que determinam a procura turística individual e agregada.
 - 1.2.2. A oferta turística:
 - 1.2.2.1 Componentes da oferta turística.
 - 1.2.2.2 Análise da oferta e comportamento da procura internacional: destinos relevantes e produtos associados.
 - 1.2.2.3 Análise da oferta e comportamento da procura turística cabo-verdiana: destinos e produtos associados.

2. Principais destinos turísticos nacionais e internacionais

- 2.1. Análise da composição do produto turístico:
 - 2.1.1. Recursos de atracção.
 - 2.1.2. Infra-estruturas e estruturas.
 - 2.1.3. Serviços.
 - 2.1.4. Actividades complementares.
- 2.2. Características e análise comparativa dos principais destinos turísticos de Cabo Verde.
- 2.3. Principais destinos turísticos internacionais.

3. A distribuição turística

- 3.1. Conceito de distribuição de serviços.
 - 3.1.1. Características diferenciais da distribuição turística;
 - 3.1.2. Intermediários turísticos;
 - 3.1.3. Processos de distribuição dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- 3.2. As agências de viagens.
 - 3.2.1. Funções.
 - 3.2.2. Tipos de agências de viagens.
 - 3.2.3. Estruturas organizativas das distintas agências de viagens.

- 3.2.4. Normativas e regulamentos da actividade das agências de viagens.
- 3.2.5. As viagens organizadas.
- 3.3. As centrais de reservas. Tipos e características.
- 3.4. Análise da distribuição turística no mercado nacional e internacional.
- 3.5. Análise das motivações turísticas e dos produtos turísticos derivados.

REVOGADO

UNIDADE FORMATIVA 2: UF17 - VIAGENS ORGANIZADAS (120 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Analisar as relações comerciais, operativas e contratuais das agências de viagens e operadores turísticos com os diferentes fornecedores de serviços turísticos.

- CA 1.1. Descrever e explicar as relações que os fornecedores de serviços turísticos mantêm com as agências de viagens e operadores turísticos, analisando os diferentes processos que tais relações produzem, e identificando e aplicando, as normas e os convênios que as regulam.
- CA 1.2. Identificar os fornecedores de serviços e aceder a suas ofertas obtendo a informação necessária sobre as características dos serviços e seus preços ou tarifas, utilizando suportes e meios de acesso a informação, entre outros disponíveis para aplicar critérios de selecção devidamente fundamentados.
- CA 1.3. Redigir documentos ou mensagens de pedido de preços ou reservas de serviços, elaborar e preencher contratos para diferentes tipos de serviços, incluindo contratos de aluguer de meios de transporte, contratos de alojamento e outros.
- CA 1.4. Descrever as relações e situações produzidas nas interações entre as agências de viagens e os fornecedores e prestadores de serviços, classificando os tipos de comportamento originados em cenários de negociação, contratação, operações e conflitos, identificando as técnicas de comunicação e negociação adequadas a cada caso e circunstância.
- CA 1.5. Numa prática simulada de relações com fornecedores em circunstâncias e cenários diversos:
 - Aplicar as técnicas de comunicação e negociação adequadas.
 - Facilitar a resolução de conflitos entre as partes mediante técnicas adequadas.

C2: Desenvolver os processos de elaboração, programação, operação de viagens organizadas e produtos similares, identificando e aplicando procedimentos, técnicas e recursos tecnológicos.

- CA 2.1. Descrever os diferentes tipos de viagens organizadas e outros produtos turísticos que impliquem a integração de serviços, como excursões e *transfers*, identificando suas componentes e estabelecendo suas especificidades económicas, operativas e de comercialização.
- CA 2.2. Analisar as viagens incluídas nas ofertas de diversos operadores turísticos, estabelecendo suas diferenças, comparando-os e determinando suas vantagens competitivas em função dos segmentos do mercado a que se dirige a oferta.
- CA 2.3. Explicar os processos de elaboração, programação e operação de viagens organizadas, caracterizando suas fases e descrevendo objectivos e resultados: definição do produto; selecção de fontes de informação; desenho do itinerário; selecção de serviços e outras componentes do produto, selecção de fornecedores; negociação e contratação; orçamentação; elaboração de suportes de informação do produto; comercialização e venda; operação.
- CA 2.4. Explicar os processos de elaboração, programação e operação de excursões, caracterizando suas fases e descrevendo seus objectivos e resultados: definição do produto; desenho do itinerário; selecção de serviços e de fornecedores; orçamentação, comercialização e venda; operação.
- CA 2.5. Explicar o processo de programação e operação de *transfers*, caracterizando suas fases e descrevendo objectivos e resultados: definição do produto; selecção de serviços e de fornecedores; orçamentação e operação.
- CA 2.6. Utilizar programas informáticos tais como folha de cálculo para a elaboração de orçamentos de viagens organizadas, excursões e *transfers*.
- CA 2.7. Numa prática simulada, de elaboração de viagens organizadas, excursões ou *transfers*, identificar e preencher os documentos apropriados para assegurar as prestações dos serviços incluídos e determinar os controlos necessários para assegurar a operação e o cumprimento das acções programadas, indicando as medidas correctivas adequadas perante determinados desvios.
- CA 2.8. Identificar e preencher documentos administrativos e contabilísticos próprios das operações de viagens organizadas, excursões e *transfers* e redigir relatórios de avaliação.

CA 2.9. Numa prática simulada, de elaboração de viagens organizadas, excursões ou *transfers*, definida a procura e outros dados caracterizadores, e utilizando os suportes informativos, recursos tecnológicos, como Internet, programas informáticos de folha de cálculo e programas específicos para agências de viagens, assim como outros dados:

- Considerar e seleccionar possíveis itinerários e características do produto.
- Considerar e seleccionar os serviços e outras componentes do produto.
- Seleccionar os fornecedores e obter preços e tarifas de serviços.
- Elaborar o orçamento, determinando custos, retribuições a retalhistas, margens de lucro, preços de venda, nível mínimo de rentabilidade e outros indicadores económicos de interesse.
- Propor as características de apresentação do produto elaborado, para desenhar sua oferta final.

Conteúdos

1. O alojamento como componente do produto turístico

- 1.1. Os estabelecimentos de alojamento.
- 1.2. Classificações, características e modalidades de estadia.
- 1.3. Relações entre as empresas de alojamento e as agências de viagens e os operadores turísticos.
- 1.4. Principais fornecedores de alojamento.
- 1.5. Tipos de tarifas e condições de aplicação.
- 1.6. Cadeias hoteleiras.

2. O transporte como componente do produto turístico

- 2.1. O transporte aéreo regular
 - 2.1.1. Principais companhias aéreas.
 - 2.1.2. Relações com as agências de viagens e operadores turísticos.
 - 2.1.3. Tipos de viagens aéreas.
 - 2.1.4. Tarifas: tipos.
 - 2.1.5. Fontes informativas do transporte aéreo regular.
 - 2.1.6. O transporte aéreo *chárter*.
 - 2.1.7. Companhias aéreas *charter* e *brokers* aéreos.
 - 2.1.8. Tipos de operações *charter*.
- 2.2. Transporte terrestre
 - 2.2.1. Vias de comunicação.
 - 2.2.2. Aluguer de automóveis.
 - 2.2.3. Serviços de bus.
 - 2.2.4. Principais companhias.
 - 2.2.5. O aluguer de automóveis com e sem condutor.
- 2.3. Transporte aquático
 - 2.3.1. Características.
 - 2.3.2. Portos e classificação.
 - 2.3.3. Modalidades e serviços nos transportes marítimos.
 - 2.3.4. Características e classes de barcos.
 - 2.3.5. Principais companhias marítimas.
 - 2.3.6. Os cruzeiros: companhias, rotas, tarifas, reservas.

3. Outros elementos das viagens organizadas, excursões e *transfers*

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

4. Criação e operação de viagens organizadas

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

5. Programação e operação de excursões e *transfers*

- 5.1. Tipos de excursões e visitas. Características e serviços que incluem. Operações regulares e operações de acordo com a procura. Normas aplicáveis. Programação e operação de excursões.
- 5.2. Os *transfers* como operação própria das agências de viagens receptoras. Tipos de *transfers*. Programação e operação de *transfers*.

REVOGADO

UNIDADE FORMATIVA 3: UF18 - SISTEMAS GLOBAIS DE DISTRIBUIÇÃO (GDS) – 50 Horas

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Utilizar os suportes informáticos específicos da distribuição turística

- CA 1.1. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas o CRS, sistemas de distribuição global ou GDS.
- CA 1.2. Utilizar programas de gestão de agências de viagens ou de “*front office*” habituais no sector e programas informáticos de tratamento de texto.
- CA 1.3. Numa situação prática de reservas de transportes, viagens organizadas, excursões ou *transfers* utilizando suportes e recursos tecnológicos:
- Atender pedidos de reserva identificando a informação que deve disponibilizar ao cliente.
 - Efectuar cálculos de preços através da informação proporcionada pelos sistemas de gestão.
 - Verificar a disponibilidade de vagas através do sistema informático e argumentar em função da situação proposta, oferecendo alternativas ao cliente, com o objectivo de efectivar a venda.
 - Efectuar o registo dos dados no sistema e redigir mensagens de pedido de confirmação de serviços utilizando suportes informatizados.
 - Informar ao cliente da situação da reserva reconfirmando seus termos, preços e serviços e comparando-os com os proporcionados pelo sistema.
 - Efectuar a emissão dos títulos de transporte e demais documentos necessários para a viagem utilizando os suportes adequados.

Conteúdos

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

- 1.1. Os sistemas globais de distribuição (GDS):
- 1.1.1. Estrutura e funcionamento.
 - 1.1.2. Consulta, reserva, venda e emissão de documentos para os serviços de transportes aéreos, marítimos, serviços de alojamento e outros.
- 1.2. A distribuição turística através de Internet:
- 1.2.1. As agências de viagem virtuais.
 - 1.2.2. Páginas *Web* turísticas.

UNIDADE FORMATIVA 4: UF19 - A QUALIDADE NA DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA (30 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Analisar os diferentes modelos de gestão e implementação de sistemas de qualidade em unidades de distribuição e informação turísticas, justificando suas aplicações.

- CA 1.1. Descrever a função da gestão da qualidade em relação aos objectivos da empresa ou entidade turística e dos departamentos ou unidades que a compõem.
- CA 1.2. Propor a implementação de um sistema de qualidade de serviços turísticos, interpretando e aplicando as correspondentes normas de qualidade, estabelecendo objectivos, identificando factores chave e barreiras, e definindo o programa para sua implementação num referencial de actuações e seus respectivos prazos.
- CA 1.3. Identificar e valorizar as dimensões e os atributos da qualidade dos serviços de distribuição e informação turísticas, desenhar e definir os serviços dos respectivos departamentos ou unidades, determinando e elaborando as especificações de qualidade, tais como *standards* de qualidade do serviço, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- CA 1.4. Estabelecer e interpretar indicadores de qualidade dos serviços turísticos e aplicar métodos que permitam medir o nível de satisfação dos clientes.
- CA 1.5. Aplicar as ferramentas básicas para a determinação e análise das causas da não qualidade dos serviços turísticos.
- CA 1.6. Avaliar o sistema de qualidade nas unidades de distribuição e informação turísticas, identificando deficiências e áreas de melhoria, estabelecendo objectivos de qualidade e desenvolvendo planos de melhoria.
- CA 1.7. Gerir a documentação e informação própria do sistema de qualidade implementado, determinando os registos necessários e os procedimentos aplicáveis.
- CA 1.8. Valorizar a necessária participação do pessoal na aplicação da gestão da qualidade como factor que facilita a obtenção de melhores resultados e uma melhor satisfação dos clientes.

C2: Interpretar especificações de qualidade de agências de viagens, aplicar procedimentos de atendimento de reclamações e incluir sugestões de melhoria, identificando atributos de qualidade e detectando desvios e deficiências.

- CA 2.1. Explicar o conceito de qualidade nos serviços e identificar os factores causadores da não qualidade.
- CA 2.2. Identificar e descrever os atributos de qualidade nas viagens organizadas, excursões e *transfers* e, em geral, nos serviços de *agências* de viagens.
- CA 2.3. Aplicar ferramentas de melhoria da qualidade e incluir propostas de solução para resolver ou melhorar problemas.
- CA 2.4. Descrever e aplicar os procedimentos de atendimento e resolução de reclamações, identificando as normas vigentes, e registar indicadores e preencher folhas de dados.
- CA 2.5. Numa prática simulada, interpretar e analisar procedimentos, instruções de trabalho e *standards* de qualidade, descrevendo a sua aplicação.
- CA 2.6. Em situações de pedidos de reservas ou de apresentação de reclamações, adoptar uma atitude de acordo com a situação apresentada, utilizando as normas de cortesia e utilizando a forma de comunicação adequada e com a fluidez necessária.

Conteúdos

1. Qualidade nos serviços de distribuição turística

- 1.1. Evolução histórica da qualidade. O conceito de qualidade nos serviços. A gestão da qualidade total.
- 1.2. Sistemas e normas de qualidade. Sistema de qualidade para agências de viagens. Outros sistemas de qualidade. A certificação da qualidade.
- 1.3. Implementação de um sistema de qualidade. Factores chave. Projecto, programas e cronograma.

- 1.4. Desenho dos serviços. Especificações da qualidade dos serviços. *Standards* de qualidade, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- 1.5. Gestão da qualidade. A gestão por processos. Indicadores e outros procedimentos para o controlo da qualidade.
- 1.6. A melhoria contínua e os planos de melhoria. Os grupos de melhoria. As ferramentas básicas para a melhoria da qualidade. O aperfeiçoamento profissional e a melhoria contínua.
- 1.7. A avaliação da satisfação do cliente de serviços turísticos. Questionários de satisfação e outras ferramentas. Procedimento para o tratamento de reclamações e sugestões.
- 1.8. Gestão documental do sistema de qualidade.
- 1.9. Avaliação do sistema de qualidade. Auto-avaliações e auditorias. Processos de certificação

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-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; 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 do Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional de um mínimo de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF2: GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA		
Código: MF21_5	Nível: 5	Duração: 240 Horas
Associado à UC21_5: Gerir unidades de informação e distribuição turística		

Este MF é subdividido nas seguintes Unidades Formativas:

		Código
■ UNIDADE FORMATIVA 1:	MERCADO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA	UF16
■ UNIDADE FORMATIVA 2:	PROCESSOS DE GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA	UF20
■ UNIDADE FORMATIVA 3:	A QUALIDADE NA DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA	UF19

UNIDADE FORMATIVA 1: UF16 - MERCADO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA (60 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: 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 factores que influenciam a procura turística individual no contexto da procura turística agregada de um destino turístico.
- CA 1.4. Reconhecer e classificar as componentes da oferta turística e explicar as características dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- CA 1.5. Descrever as variáveis que determinam a evolução e tendências da procura e da oferta turística.
- CA 1.6. Reconhecer os segmentos da procura do mercado turístico actual e descrever as suas características.
- CA 1.7. Identificar e classificar os meios de transporte, comparando e avaliando suas características de acordo com a procura.

C2: Analisar o mercado turístico identificando os destinos turísticos nacionais e internacionais mais relevantes.

- CA 2.1. Estimar a situação do mercado turístico nacional e internacional.
- CA 2.2. Identificar e descrever os principais destinos turísticos nacionais tendo em conta:
 - Tipologia de produto.
 - Potencial da procura.
- CA 2.3. Reconhecer e descrever os principais destinos turísticos internacionais tendo em conta:
 - Tipologia de produto.
 - Potencial da procura.
- CA 2.4. Descrever os fluxos turísticos actuais e justificar a situação no mercado dos diferentes destinos turísticos relativamente a segmentos da procura turística.
- CA 2.5. Identificar os fornecedores mais significativos do mercado turístico nacional e internacional e descrever as características das suas respectivas ofertas.
- CA 2.6. Explicar as características do turismo sustentável e descrever seus factores determinantes.

C3: Analisar a distribuição turística, as entidades e meios que a configuram, estimando sua evolução e a incidência das novas tecnologias.

- CA 3.1. Explicar as particularidades da distribuição turística e relacionar os diferentes suportes e operadores que facilitam tal distribuição, explicando suas características.
- CA 3.2. Explicar a importância das novas tecnologias na distribuição turística e descrever a situação actual e as suas tendências.
- CA 3.3. Descrever as funções e as características das *agências* de viagens, em geral, classificar e caracterizar os diferentes tipos de *agências* de viagens.
- CA 3.4. Identificar os serviços e produtos turísticos distribuídos pelas *agências* de viagens, descrever as suas características de venda e as relações que se produzem com os seus fornecedores.
- CA 3.5. 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 3.6. Explicar a distribuição turística pela Internet, reconhecendo as suas características e aplicações, identificar e interpretar a oferta em páginas *web* de prestadores e intermediários turísticos.

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 actual do turismo e tendências.
- 1.2. O mercado turístico
 - 1.2.1. A procura turística
 - a. Tipos de procura turística;
 - b. Factores que determinam a procura turística individual e agregada.
 - 1.2.2. A oferta turística:
 - a. Componentes da oferta turística;
 - b. Análise da oferta e comportamento da procura internacional: destinos relevantes e produtos associados;
 - c. Análise da oferta e comportamento da procura turística cabo-verdiana: destinos e produtos associados.

2. Principais destinos turísticos nacionais e internacionais

- 2.1. Análise da composição do produto turístico.
 - 2.1.1. Recursos de atracção;
 - 2.1.2. Infra-estruturas e estruturas;
 - 2.1.3. Serviços;
 - 2.1.4. Actividades complementares.
- 2.2. Características e análise comparativa dos principais destinos turísticos de Cabo Verde.
- 2.3. Principais destinos turísticos internacionais.

3. A distribuição turística

- 3.1. Conceito de distribuição de serviços.
 - 3.1.1. Características diferenciais da distribuição turística.
 - 3.1.2. Intermediários turísticos.
 - 3.1.3. Processos de distribuição dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- 3.2. As *agências* de viagens.
 - 3.2.1. Funções.
 - 3.2.2. Tipos de *agências* de viagens.
 - 3.2.3. Estruturas organizativas das distintas *agências* de viagens.

- 3.2.4. Normativas e regulamentos da actividade das agências de viagens.
- 3.2.5. As viagens organizadas.
- 3.3. As centrais de reservas. Tipos e características.
- 3.4. Análise da distribuição turística no mercado nacional e internacional.
- 3.5. Análise das motivações turísticas e dos produtos turísticos derivados.

REVOGADO

UNIDADE FORMATIVA 2: UF20 - PROCESSOS DE GESTÃO DE UNIDADES DE INFORMAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA (150 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Analisar a função e o processo de planificação empresarial ou institucional e definir planos adequados para Unidades de informação ou distribuição da oferta turística.

- CA 1.1. Justificar a importância da planificação no processo de administração empresarial.
- CA 1.2. Diferenciar os principais tipos de planos empresariais ou institucionais em Unidades de informação ou distribuição turística.
- CA 1.3. Descrever as fases e os passos lógicos de um processo de planificação empresarial ou institucional com enfoque racional para estabelecer objectivos, tomar decisões e seleccionar meios.
- CA 1.4. Identificar os elementos básicos para estabelecer um processo de gestão por objectivos.
- CA 1.5. Numa prática simulada de planificação empresarial ou institucional:
 - Formular objectivos para uma unidade de informação ou distribuição da oferta turística determinada num hipotético plano geral da empresa ou entidade.
 - Seleccionar as opções de actuação mais convenientes para a consecução dos objectivos propostos.
 - Identificar os programas que derivam de tais opções, determinando os meios humanos e materiais necessários.
- CA 1.6. Valorizar a importância da revisão periódica dos planos empresariais em função da aplicação dos sistemas de controlo característicos de cada tipo de Unidade de informação e distribuição da oferta turística.

C2: Analisar a gestão e o controlo orçamental em agências de viagens, outros distribuidores turísticos e entidades de informação turística, identificar custos e elaborar orçamentos económicos que permitam estabelecer programas de actuação.

- CA 2.1. Identificar os tipos de custos empresariais e comparar estruturas de custos de diferentes tipos de distribuidores turísticos e entidades de informação turística.
- CA 2.2. Calcular custos totais, unitários e margens com relação aos preços de venda de diferentes serviços e produtos turísticos.
- CA 2.3. Justificar a gestão orçamental como sob função empresarial vinculada à planificação e controlo.
- CA 2.4. Distinguir os tipos de orçamentos mais utilizados pelos distribuidores turísticos e entidades de informação turística, expressando os objectivos de cada um e descrever a estrutura, assim como as partes que compõem tais orçamentos.
- CA 2.5. Identificar as variáveis a ter em conta na elaboração de orçamentos.
- CA 2.6. Em determinadas situações próprias de *agências* de viagens e a partir de objectivos económicos do produto, de custos directos e indirectos e de volumes de negócios simulados para períodos de tempo estabelecidos:
 - Elaborar orçamentos económicos para estabelecer programas de actuação em períodos identificados.
 - Determinar custos dos diferentes recursos.
 - Calcular o ponto morto de exploração e os níveis de produtividade.
- CA 2.7. Em casos práticos de gestão e controlo orçamental em agências de viagens, e partindo das previsões orçamentais correspondentes e dos resultados reais obtidos:
 - Calcular os desvios.
 - Analisar as causas do seu surgimento e os efeitos que produzem.
 - Propor soluções alternativas, estabelecendo métodos de seguimento e controlo orçamental.
- CA 2.8. Assumir a necessidade de intervir nos processos de controlo económico da Unidade de informação e distribuição turística com um alto sentido de responsabilidade e ética profissional.

C3: Analisar estruturas organizativas e funcionais próprias de diferentes tipos de distribuidores turísticos e entidades de informação turística e seu ambiente de relações internas e externas, justificando estruturas organizativas e tipo de relações adequadas a cada tipo de empresa ou entidade.

- CA 3.1. Classificar e caracterizar os diferentes tipos de distribuidores turísticos e entidades que prestam informação turística.
- CA 3.2. Descrever os factores e critérios de estruturação que determinam uma organização eficaz.
- CA 3.3. Comparar as estruturas e relações departamentais mais características dos diferentes tipos de agências de viagens, outros distribuidores turísticos e entidades de informação turística, identificando os objectivos de cada departamento ou entidade e a consequente distribuição de funções.
- CA 3.4. Descrever os circuitos, tipos de informação e documentos internos e externos que se geram em tais estruturas e as relações interdepartamentais.
- CA 3.5. Descrever as relações externas das agências de viagens, outros distribuidores turísticos e as entidades de informação turística com outras empresas e instituições, e as relações internas características.
- CA 3.6. A partir de estruturas organizativas e funcionais de distribuidores turísticos e entidades de informação turística:
- Avaliar a organização, analisando criticamente as soluções organizativas adoptadas.
 - Propor soluções e organigramas alternativos às estruturas e relações interdepartamentais caracterizadas, justificando as mudanças introduzidas em função de uma organização mais eficaz.
- CA 3.7. Descrever os postos de trabalho mais característicos das agências de viagens, outros distribuidores turísticos e entidades de informação turística, caracterizando-os por competência profissional expressa em termos de capacidades e objectivos requeridos no mundo laboral.
- CA 3.8. Em casos práticos de diferentes tipos de distribuidores turísticos e entidades de informação turística:
- Definir os limites de responsabilidade, funções e tarefas de cada componente das equipas de trabalho da Unidade.
 - Estimar os tempos de trabalho das actividades profissionais mais significativas.

C4: Analisar os métodos para a definição dos postos de trabalho e selecção de pessoal apropriados para empresas de distribuição e entidades de informação turísticas, comparando-os criticamente.

- CA 4.1. Comparar criticamente os principais métodos para a definição de postos correspondentes a trabalhadores qualificados da Unidade.
- CA 4.2. Comparar criticamente os principais métodos para a selecção de trabalhadores qualificados da Unidade.

C5: Analisar as funções de integração e gestão de pessoal, utilizando as técnicas aplicáveis em Unidades de informação e distribuição turísticas.

- CA 5.1. Justificar a finalidade da função de integração como cumprimento da função de organização.
- CA 5.2. Em diversas situações práticas de integração e gestão de pessoal:
- Dar uma breve informação sobre a Unidade, sua organização e sua imagem corporativa, utilizando material audiovisual.
 - Aplicar técnicas para a comunicação intragrupal entre os supostos membros antigos e novos da Unidade, simulando delegações de autoridade, incentivando a iniciativa pessoal e a criatividade e exigindo responsabilidades como medida de motivação.
- CA 5.3. Explicar a lógica dos processos de tomada de decisões.
- CA 5.4. Justificar a figura do director e do líder numa organização.
- CA 5.5. Descrever as técnicas de gestão e dinamização de equipas e reuniões de trabalho aplicáveis à Unidades de informação e distribuição turística.
- CA 5.6. Justificar os processos de motivação do pessoal afecto às Unidades de informação e

distribuição turística.

CA 5.7. Numa prática simulada de relações hierárquicas entre membros de Unidades de informação e distribuição turística:

- Utilizar eficazmente as técnicas de comunicação para receber e emitir instruções e informações, trocar ideias e opiniões, distribuir tarefas e coordenar planos de trabalho.
- Intervir em possíveis conflitos, através da negociação e a participação de todos os membros do grupo na detecção da origem do problema, evitando juízos de valor e resolvendo conflitos, concentrando nos aspectos possíveis de serem modificados.
- Adoptar as decisões adequadas em função das circunstâncias que as propiciam e das opiniões dos demais no que respeita às diversas vias de solução possíveis.
- Exercer a liderança, de uma maneira efectiva, no âmbito das suas competências profissionais, adoptando o estilo mais apropriado a cada situação.
- Dirigir equipas de trabalho, integrando e coordenando as necessidades do grupo no âmbito de objectivos, políticas ou directrizes pré determinados.
- Dirigir, animar e participar em reuniões de trabalho, dinamizando-as, colaborando activamente e obtendo a colaboração dos participantes e actuando de acordo com os objectivos da reunião.

Conteúdos

1. A planificação empresarial nas empresas e entidades de distribuição e informação turística

- 1.1. A planificação no processo de administração empresarial e institucional. Principais tipos de planos: objectivos, estratégias e políticas; relação entre eles.
- 1.2. Passos lógicos do processo de planificação para estabelecer objectivos, tomar decisões e seleccionar meios.
- 1.3. Valorização da importância da revisão periódica dos planos empresariais.

2. Gestão e controlo orçamental em Unidades de distribuição e informação turística

- 2.1. Justificação da gestão orçamental em função das etapas fundamentais: previsão, orçamento e controlo. Conceito e propósito dos orçamentos em Unidades de informação e distribuição turística.
- 2.2. Definição do ciclo orçamental.
- 2.3. Distinção e elaboração dos tipos de orçamento característicos das Unidades de distribuição e informação turística.

3. Estrutura financeira das agências de viagens e outros distribuidores turísticos

- 3.1. Identificação e caracterização de fontes de financiamento.
- 3.2. Relação entre recursos próprios e alheios.
- 3.3. Vantagens e desvantagens dos principais métodos para avaliar investimentos segundo cada tipo de agência de viagens. Aplicações informáticas.

4. Avaliação de custos, produtividade e análise económico em agências de viagens e outros distribuidores turísticos

- 4.1. Estrutura das contas de custos e resultados nas agências de viagens.
- 4.2. Tipos e cálculo de custos empresariais específicos.
- 4.3. Aplicação de métodos para a determinação, imputação, controlo e avaliação de consumos e atendimento a clientes de serviços turísticos.
- 4.4. Cálculo e análise de níveis de produtividade e de pontos mortos de exploração ou nível de rentabilidade, utilizando ferramentas informáticas.
- 4.5. Identificação de parâmetros estabelecidos para avaliar: Rácios e percentagens. Margem de lucro e rentabilidade.

5. A organização nas agências de viagens, outros distribuidores turísticos e entidades de informação turística

- 5.1. Interpretação das diferentes normativas sobre autorização e classificação de agências de viagens e entidades de informação turística.

- 5.2. Tipologia e classificação destas entidades.
 - 5.3. Natureza, propósito da organização e relação com outras funções de gestão.
 - 5.4. Padrões básicos de departamentalização tradicional em empresas de distribuição e entidades de informação turística: vantagens e inconvenientes.
 - 5.5. Estruturas e relações departamentais e externas características destas entidades.
 - 5.6. Distinção dos objectivos de cada departamento ou Unidade e distribuição de funções.
 - 5.7. Circuitos, tipos de informação e documentos internos e externos que se geram no âmbito de tais estruturas e relações interdepartamentais.
- 6. Definição de postos de trabalho e selecção de pessoal em Unidades de distribuição e informação turística**
- 6.1. Principais métodos para a definição de postos correspondentes a trabalhadores qualificados da empresa ou entidade. Aplicações.
 - 6.2. Principais métodos para a selecção de trabalhadores qualificados da empresa ou entidade. Aplicações.
- 7. A função de integração de pessoal em Unidades de distribuição e informação turística**
- 7.1. Definição e objectivos.
 - 7.2. Relação com a função de organização.
 - 7.3. Programas de formação para pessoal dependente: análise, comparação e propostas relacionadas.
 - 7.4. Técnicas de comunicação e de motivação adaptadas à integração de pessoal: Identificação e aplicações.
- 8. A gestão de pessoal em Unidades de distribuição e informação turística**
- 8.1. A comunicação nas organizações: processos e aplicações.
 - 8.2. Negociação no ambiente laboral: processos e aplicações.
 - 8.3. Solução de problemas e tomada de decisões.
 - 8.4. A gestão e a liderança nas organizações: justificação e aplicações.
 - 8.5. Gestão e dinamização de equipas e reuniões de trabalho.
 - 8.6. A motivação no ambiente laboral.
- 9. Aplicações informáticas específicas para a gestão de Unidades de informação e distribuição turísticas**
- 9.1. Tipos e comparação. Programas à medida e oferta *standard* do mercado.
 - 9.2. Aplicação de programas integrados para a gestão de Unidades de informação e distribuição turística.

UNIDADE FORMATIVA 3: UF19 - A QUALIDADE NA DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA (30 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: 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. Descrever a função de gestão da qualidade em relação aos objectivos da empresa ou entidade turística e dos departamentos ou unidades que a compõem.
- CA 1.2. Propor a implementação de um sistema de qualidade de serviços turísticos, interpretando e aplicando as correspondentes normas de qualidade, estabelecendo objectivos, identificando factores chave e barreiras e definindo o programa para sua implementação num referencial de actuações e seus respectivos prazos.
- CA 1.3. Identificar e valorizar as dimensões e os atributos de qualidade dos serviços de distribuição e informação turísticos, e desenhar e definir os serviços dos respectivos departamentos ou Unidades, determinando e elaborando as necessárias especificações de qualidade, tais como *standards* de qualidade do serviço, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- CA 1.4. Estabelecer e interpretar indicadores de qualidade dos serviços turísticos e aplicar métodos que permitam medir o nível de satisfação dos clientes.
- CA 1.5. Aplicar as ferramentas básicas para a determinação e análise das causas da não qualidade dos serviços turísticos.
- CA 1.6. Avaliar o sistema de qualidade nas Unidades de distribuição e informação turísticos, identificando deficiências e áreas de melhoria, estabelecendo objectivos de qualidade e desenvolvendo planos de melhoria.
- CA 1.7. Gerir a documentação e informação própria do sistema de qualidade implementado, determinando os registos necessários e os procedimentos aplicáveis.
- CA 1.8. Valorizar a necessária participação do pessoal na aplicação da gestão da qualidade como factor que facilita a obtenção de melhores resultados e uma melhor satisfação dos clientes.

C2: Interpretar especificações de qualidade de agências de viagens, aplicar procedimentos de atendimento de reclamações e incluir sugestões de melhoria, identificando atributos de qualidade e detectando desvios e deficiências.

- CA 2.1. Explicar o conceito de qualidade nos serviços e identificar os factores causadores da não qualidade.
- CA 2.2. Identificar e descrever os atributos de qualidade nas viagens organizadas, excursões e *transfers* e, em geral, nos serviços de *agências* de viagens.
- CA 2.3. Aplicar ferramentas de melhoria da qualidade e incluir propostas de solução para resolver ou melhorar problemas.
- CA 2.4. Descrever e aplicar os procedimentos de atendimento e resolução de reclamações, identificando as normas vigentes, e registar indicadores e preencher folhas de dados.
- CA 2.5. Numa prática simulada, interpretar e analisar procedimentos, instruções de trabalho e *standards* de qualidade, descrevendo a sua aplicação.
- CA 2.6. Em situações de pedidos de reservas ou de apresentação de reclamações, adoptar uma atitude de acordo com a situação apresentada, utilizando as normas de cortesia e utilizando a forma de comunicação adequada e com a fluidez necessária.

Conteúdos

1. Qualidade nos serviços de distribuição turística

- 1.1. Evolução histórica da qualidade. O conceito de qualidade nos serviços. A gestão da qualidade total.
- 1.2. Sistemas e normas de qualidade. Sistema de qualidade para agências de viagens. Outros sistemas de qualidade. A certificação da qualidade.
- 1.3. Implementação de um sistema de qualidade. Factores chave. Projecto, programas e

cronograma.

- 1.4. Desenho dos serviços. Especificações da qualidade dos serviços. *Standards* de qualidade, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- 1.5. Gestão da qualidade. A gestão por processos. Indicadores e outros procedimentos para o controlo da qualidade.
- 1.6. A melhoria contínua e os planos de melhoria. Os grupos de melhoria. As ferramentas básicas da melhoria da qualidade. O aperfeiçoamento profissional e a melhoria contínua.
- 1.7. A avaliação da satisfação do cliente de serviços turísticos. Questionários de satisfação e outras ferramentas. Procedimentos para o tratamento de reclamações e sugestões.
- 1.8. Gestão documental do sistema de qualidade.
- 1.9. Avaliação do sistema de qualidade. Auto-avaliações e auditorias. Processos de certificação.

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-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; 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 do Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional de um mínimo de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF3: VENDA DE SERVIÇOS TURÍSTICOS E VIAGENS		
Código: MF22_4	Nível: 4	Duração: 260 Horas
Associado à UC22_4: Vender serviços turísticos e viagens		

Este MF é subdividido nas seguintes Unidades Formativas:

	Código
■ UNIDADE FORMATIVA 1: MERCADO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA	UF16
■ UNIDADE FORMATIVA 2: COMERCIALIZAÇÃO E ATENDIMENTO AO CLIENTE EM AGÊNCIAS DE VISGENS	UF21
■ UNIDADE FORMATIVA 3: SISTEMAS GLOBAIS DE DISTRIBUIÇÃO (GDS)	UF18
■ UNIDADE FORMATIVA 4: A QUALIDADE NA DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA	UF19

UNIDADE FORMATIVA 1: UF16 - MERCADO E DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA (60 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: 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 factores que influenciam a procura turística individual no contexto da procura turística agregada de um destino turístico.
- CA 1.4. Reconhecer e classificar as componentes da oferta turística e explicar as características dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- CA 1.5. Descrever as variáveis que determinam a evolução e tendências da procura e da oferta turística.
- CA 1.6. Reconhecer os segmentos da procura do mercado turístico actual e descrever as suas características.
- CA 1.7. Identificar e classificar os meios de transporte, comparando e avaliando suas características de acordo com a procura.

C2: Analisar o mercado turístico identificando os destinos turísticos nacionais e internacionais mais relevantes.

- CA 2.1. Estimar a situação do mercado turístico nacional e internacional.
- CA 2.2. Identificar e descrever os principais destinos turísticos nacionais tendo em conta:
 - Tipologia de produto;
 - Potencial da procura.
- CA 2.3. Reconhecer e descrever os principais destinos turísticos internacionais tendo em conta:
 - Tipologia de produto;
 - Potencial da procura.
- CA 2.4. Descrever os fluxos turísticos actuais e justificar a situação no mercado dos diferentes destinos turísticos relativamente a segmentos da procura turística.
- CA 2.5. Identificar os fornecedores mais significativos do mercado turístico nacional e internacional e descrever as características das suas respectivas ofertas.
- CA 2.6. Explicar as características do turismo sustentável e descrever seus factores determinantes.

C3: Analisar a distribuição turística, as entidades e meios que a configuram, estimando sua evolução e a incidência das novas tecnologias.

- CA 3.1. Explicar as particularidades da distribuição turística e relacionar os diferentes suportes e operadores que facilitam tal distribuição, explicando suas características.
- CA 3.2. Explicar a importância das novas tecnologias na distribuição turística e descrever a situação actual e as suas tendências.
- CA 3.3. Descrever as funções e as características das *agências* de viagens, em geral, classificar e caracterizar os diferentes tipos de *agências* de viagens.
- CA 3.4. Identificar os serviços e produtos turísticos distribuídos pelas *agências* de viagens, descrever as suas características de venda e as relações que se produzem com os seus fornecedores.
- CA 3.5. 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 3.6. Explicar a distribuição turística pela Internet, reconhecendo as suas características e aplicações, identificar e interpretar a oferta em páginas *web* de prestadores e intermediários turísticos.

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 actual 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. Factores que determinam a procura turística individual e agregada.
 - 1.2.2. A oferta turística:
 - 1.2.2.1 Componentes da oferta turística.
 - 1.2.2.2 Análise da oferta e comportamento da procura internacional: destinos relevantes e produtos associados.
 - 1.2.2.3 Análise da oferta e comportamento da procura turística cabo-verdiana: destinos e produtos associados.

2. Principais destinos turísticos nacionais e internacionais

- 2.1. Análise da composição do produto turístico.
 - 2.1.1. Recursos de atracção.
 - 2.1.2. Infra-estruturas e estruturas.
 - 2.1.3. Serviços.
 - 2.1.4. Actividades complementares.
- 2.2. Características e análise comparativa dos principais destinos turísticos de Cabo Verde.
- 2.3. Principais destinos turísticos internacionais.

3. A distribuição turística

- 3.1. Conceito de distribuição de serviços.
 - 3.1.1. Características diferenciais da distribuição turística.
 - 3.1.2. Intermediários turísticos.
 - 3.1.3. Processos de distribuição dos diferentes serviços e produtos turísticos.
- 3.2. As *agências* de viagens.
 - 3.2.1. Funções.
 - 3.2.2. Tipos de *agências* de viagens.
 - 3.2.3. Estruturas organizativas das distintas *agências* de viagens.

- 3.2.4. Normativas e regulamentos da actividade das agências de viagens.
- 3.2.5. As viagens organizadas.
- 3.3. As centrais de reservas. Tipos e características.
- 3.4. Análise da distribuição turística no mercado nacional e internacional.
- 3.5. Análise das motivações turísticas e dos produtos turísticos derivados.

REVOGADO

UNIDADE FORMATIVA 2: UF21 - COMERCIALIZAÇÃO E ATENDIMENTO AO CLIENTE EM AGÊNCIAS DE VIAGENS (120 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Analisar os processos de informação, assessoria e venda e aplicar os procedimentos e as técnicas de atendimento ao cliente e de comunicação adequados, estimando a sua importância para se atingir os objectivos empresariais.

- CA 1.1. Identificar os diferentes tipos de clientes, descrevendo seus hábitos e seus comportamentos no processo de compra e analisar as interações que se produzem e as técnicas de comunicação e atendimento ao cliente aplicáveis.
- CA 1.2. Distinguir e analisar os processos de informação e vendas que se produzem em *agências* de viagens e outras entidades de distribuição.
- CA 1.3. Identificar e aceder às ofertas de serviços e de produtos tais como viagens organizadas, cruzeiros, excursões, etc., e seleccionar a informação necessária para a assessoria e venda, manuseando os suportes como manuais, tarifários, etc. e meios de acesso à informação como GDS, Internet, etc., disponíveis em *agências* de viagens e outras entidades de distribuição.
- CA 1.4. Determinar tarifas para qualquer meio de transporte, tanto para trajectos nacionais como internacionais, calculando correctamente o preço final e emitindo a documentação correspondente.
- CA 1.5. Seleccionar fornecedores e determinar os meios de gestão adequados para preencher as reservas de serviços e produtos em diversas circunstâncias e aplicar 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 e apresentação de reclamações:
- Adoptar uma atitude adequada à situação apresentada, utilizando as normas de cortesia adequadas e aplicando o estilo de comunicação adequado.
 - Identificar as necessidades do cliente, atender a sua procura correctamente demonstrando empatia.
 - Propor destinos, produtos e serviços turísticos que se adaptem às suas necessidades e expectativas.
 - Gerir as reservas que derivem das vendas efectuadas.
 - Aplicar procedimentos de gestão de reclamações.
 - Procurar satisfazer os hábitos, gostos e necessidades de informação dos potenciais clientes, resolvendo com amabilidade e discrição de suas reclamações, potenciando a boa imagem da entidade que presta o serviço.
- CA 1.8. Valorizar a importância de actuar com rapidez e precisão em todos os processos de criação e prestação de serviços, tendo em conta a percepção da qualidade por parte dos clientes.

C2: Desenvolver os processos de vendas e reservas de viagens organizadas, excursões e transfers, e aplicar os procedimentos estabelecidos, utilizando os suportes manuais ou informáticos de uso habitual no sector.

- CA 2.1. Reconhecer os diferentes suportes e canais de reservas existentes.
- CA 2.2. Explicar o processo de venda de viagens organizadas e excursões, caracterizando suas fases e identificando técnicas e recursos, assim como a difusão e a distribuição da oferta.
- CA 2.3. Numa prática simulada de vendas e reservas de viagens, ter em conta:
- Pedidos de reservas.
 - Informação, controlo de disponibilidade e venda.
 - Registo.
 - Negociar com fornecedores, tais como extras, notificações de vendas, reconfirmações e pedidos especiais.
 - Seguimento de reservas, confirmações e oferta de alternativas.

- Emissão de documentação.
 - CA 2.4. Explicar o processo de reserva de *transfers*, caracterizando suas fases e identificando técnicas e recursos: pedidos de reservas, registo e gestão de fornecedores.
 - CA 2.5. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas ou CRS, sistemas de distribuição global ou GDS e programas informáticos de tratamento de texto.
 - CA 2.6. Numa prática simulada de pedidos de reservas de viagens organizadas, excursões ou *transfers* e utilizando suportes e recursos tecnológicos:
 - Atender pedidos de reserva identificando a informação que se deve pedir ao cliente.
 - Comprovar a disponibilidade de lugares e argumentar em função da situação, oferecendo alternativas, caso necessário, com o objectivo de efectivar a venda.
 - Efectuar 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.
- C3: Desenvolver acções promocionais aplicáveis em entidades de distribuição turística e descrever e aplicar técnicas de promoção de vendas e de negociação, estimando sua importância para atingir objectivos empresariais.**
- CA 3.1. Definir segmentos de procura e identificar fontes de informação que permitam identificar as suas componentes.
 - CA 3.2. Criar ficheiros de clientes actuais e potenciais de forma a incluir os dados relevantes necessários para atingir objectivos de promoção e venda e outras acções de marketing.
 - CA 3.3. Identificar os elementos caracterizadores de serviços e produtos, e efectuar comparações procurando identificar aspectos positivos e negativos.
 - CA 3.4. Descrever as técnicas de promoção de vendas e aplicá-las em situações simuladas.
 - CA 3.5. Descrever técnicas de negociação e aplica-las em situações simuladas.
 - CA 3.6. Reconhecer e descrever as técnicas de *merchandising* aplicáveis em agências de viagens e outras entidades de distribuição.
 - CA 3.7. Actuar com criatividade e imaginação na formulação e desenvolvimento de propostas de acções promocionais.
- C4: Aplicar técnicas de comunicação e atendimento ao cliente em estabelecimentos turísticos, a fim de satisfazer as suas expectativas.**
- CA 4.1. Definir os factores que determinam as diferentes tipologias de clientes.
 - CA 4.2. Interpretar normas de actuação em função da tipologia de clientes.
 - CA 4.3. Distinguir modalidades de atendimento ao cliente, segundo se trate de:
 - Contacto directo presencial.
 - Contacto directo por telefone, correio e outros.
 - CA 4.4. Relacionar o uso das técnicas e habilidades de comunicação com as diferentes situações de atenção e informação mais habituais em estabelecimentos de hotelaria e turismo.
 - CA 4.5. Exemplificar diversas situações de resolução de conflitos perante reclamações habituais em estabelecimentos de hotelaria e turismo.
 - CA 4.6. Descrever os processos de acolhimento, despedida e atendimento ao cliente, identificando as etapas e os factores chave para obter a sua satisfação.
 - CA 4.7. Em contexto de trabalho, aplicar as técnicas e habilidades de comunicação apropriadas a cada situação que impliquem atendimento e informação ao cliente em hotelaria e turismo.
 - CA 4.8. Argumentar a necessidade de atender os clientes com cortesia, procurando satisfazer seus gostos e potenciando a boa imagem da empresa.

Conteúdos

1. A venda de alojamento

- 1.1. Os estabelecimentos de alojamento. Classificações e características.
- 1.2. Relações entre as empresas de alojamento e as agências de viagens.
- 1.3. Os códigos de práticas da AIHR (Associação Internacional de Hotéis e Restaurantes) e da FUAHV (Federação Universal de Agências de Viagens). Acordos e contratos. Tipos de retribuição pela venda de alojamento.
- 1.4. Fontes informativas de oferta de alojamento. Identificação e uso.
- 1.5. Reservas directas e indirectas. 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. Factores de selecção dos meios de transporte.
- 2.2. O transporte aéreo regular. Relações entre as companhias aéreas de transporte regular e as agências de viagens. O processo de autorização e licenciamento por IATA (Associação Internacional de Transportes Aéreos) e as companhias aéreas. O BSP: função, estrutura e procedimentos operativos. A retribuição às agências de viagens pela venda de transporte aéreo regular.
- 2.3. Tipos de viagens aéreas. Tarifas nacionais e internacionais.
- 2.4. Fontes informativas de transporte aéreo regular. Os GDS (Sistemas Globais de Distribuição) na venda de transporte aéreo regular. Procedimentos de reservas.
- 2.5. Emissão de passagens aéreas. Outros documentos de tráfego.
- 2.6. Principais companhias aéreas. Os grupos de companhias aéreas e os processos de integração.
- 2.7. O transporte marítimo regular de passageiros. Relações entre as companhias marítimas de transporte regular de passageiros e as agências de viagens. Termos de retribuição. Tarifas. Gestão de reservas. Emissão de passagens.
- 2.8. O transporte ferroviário. Relações entre as companhias de transporte ferroviário e as agências de viagens. Termos de retribuição. Tarifas. Gestão de reservas. Emissão de passagens.
- 2.9. O transporte regular terrestre.

3. A venda de viagens organizadas

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

4. Outras vendas e serviços das agências de viagens

- 4.1. A venda de serviços de aluguer automóvel. Tarifas e *voucher*.
- 4.2. A venda de seguros de viagem e contratos de assistência em viagem.
- 4.3. A venda de excursões.
- 4.4. Informação sobre requisitos aos viajantes internacionais.
- 4.5. Gestão de vistos e outra documentação requerida para as viagens.
- 4.6. Aplicação de cargos por gestão.

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

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

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

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

UNIDADE FORMATIVA 3: UF18 - SISTEMAS GLOBAIS DE DISTRIBUIÇÃO (50 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Utilizar os suportes informáticos específicos da distribuição turística

- CA 1.1. Utilizar programas informáticos de gestão de reservas o CRS, sistemas de distribuição global ou GDS.
- CA 1.2. Utilizar programas de gestão de agências de viagens ou de “*front office*” habituais no sector e programas informáticos de tratamento de texto.
- CA 1.3. Numa situação prática de reservas de transportes, viagens organizadas, ou *transfers* utilizando suportes e recursos tecnológicos:
- Atender pedidos de reserva identificando a informação que deve disponibilizar ao cliente.
 - Efectuar cálculos de preços através da informação proporcionada pelos sistemas de gestão.
 - Verificar a disponibilidade de vagas através do sistema informático e argumentar em função da situação proposta, oferecendo alternativas ao cliente, com o objectivo de efectivar a venda.
 - Efectuar o registo dos dados no sistema e redigir mensagens de pedido de confirmação de serviços utilizando suportes informatizados.
 - Informar ao cliente da situação da reserva reconfirmando seus termos, preços e serviços e comparando-os com os proporcionados pelo sistema.
 - Efectuar a emissão dos títulos de transporte e demais documentos necessários para a viagem utilizando os suportes adequados.

Conteúdos

1. Utilização de terminais de sistemas globais de distribuição (GDS) e de aplicações informáticas de gestão de agências de viagens
- 1.1. Os sistemas globais de distribuição (GDS).
- 1.1.1. Estrutura e funcionamento.
- 1.1.2. Consulta, reserva, venda e emissão de documentos para os serviços de transportes (aéreos, marítimos...), de alojamento e outros.
- 1.2. A distribuição turística através de Internet.
- 1.2.1. As agências de viagem virtuais.
- 1.2.2. Páginas Web turísticas.

UNIDADE FORMATIVA 4: UF19 - A QUALIDADE NA DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA (30 Horas)

Capacidades e critérios de avaliação

C1: 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. Descrever a função de gestão da qualidade em relação aos objectivos da empresa ou entidade turística e dos departamentos ou Unidades que a compõem.
- CA 1.2. Propor a implementação de um sistema de qualidade de serviços turísticos, interpretando e aplicando as correspondentes normas de qualidade, estabelecendo objectivos, identificando factores chave e barreiras, e definindo o programa para sua implementação num referencial de actuações e seus respectivos prazos.
- CA 1.3. Identificar e valorizar as dimensões e os atributos de qualidade dos serviços de distribuição e informação turística, e desenhar e Definir os serviços dos respectivos departamentos ou Unidades, determinando e elaborando as necessárias especificações de qualidade, tais como *standards* de qualidade do serviço, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- CA 1.4. Estabelecer e interpretar indicadores de qualidade dos serviços turísticos e aplicar métodos que permitam medir o nível de satisfação dos clientes.
- CA 1.5. Aplicar as ferramentas básicas para a determinação e análise das causas da não qualidade dos serviços turísticos.
- CA 1.6. Avaliar o sistema de qualidade nas Unidades de distribuição e informação turística, identificando deficiências e áreas de melhoria, estabelecendo objectivos de qualidade e desenvolvendo planos de melhoria.
- CA 1.7. Gerir a documentação e informação própria do sistema de qualidade implementado, determinando os registos necessários e os procedimentos aplicáveis.
- CA 1.8. Valorizar a necessária participação do pessoal na aplicação da gestão da qualidade como factor que facilita a obtenção de melhores resultados e uma melhor satisfação dos clientes.

C2: Interpretar especificações de qualidade de agências de viagens, aplicar procedimentos de atendimento de reclamações e incluir sugestões de melhoria, identificando atributos de qualidade e detectando desvios e deficiências.

- CA 2.1. Explicar o conceito de qualidade nos serviços e identificar os factores causadores da não qualidade.
- CA 2.2. Identificar e descrever os atributos de qualidade nas viagens organizadas, excursões e *transfers* e, em geral, nos serviços de *agências* de viagens.
- CA 2.3. Aplicar ferramentas de melhoria da qualidade e incluir propostas de solução para resolver ou melhorar problemas.
- CA 2.4. Descrever e aplicar os procedimentos de atendimento e resolução de reclamações, identificando as normas vigentes, e registar indicadores e preencher folhas de dados.
- CA 2.5. Numa prática simulada, interpretar e analisar procedimentos, instruções de trabalho e *standards* de qualidade, descrevendo a sua aplicação.
- CA 2.6. Em situações de pedidos de reservas ou de apresentação de reclamações, adoptar uma atitude de acordo com a situação apresentada, utilizando as normas de cortesia e utilizando a forma de comunicação adequada e com a fluidez necessária.

Conteúdos

1. Qualidade nos serviços de distribuição turística

- 1.1. Evolução histórica da qualidade. O conceito de qualidade nos serviços. A gestão da qualidade total.
- 1.2. Sistemas e normas de qualidade. Sistema de qualidade para agências de viagens. Outros sistemas de qualidade. A certificação da qualidade.
- 1.3. Implementação de um sistema de qualidade. Factores chave. Projecto, programas e

cronograma.

- 1.4. Desenho dos serviços. Especificações da qualidade dos serviços. *Standards* de qualidade, normas, procedimentos e instruções de trabalho.
- 1.5. Gestão da qualidade. A gestão por processos. Indicadores e outros procedimentos para o controlo da qualidade.
- 1.6. A melhoria contínua e os planos de melhoria. Os grupos de melhoria. As ferramentas básicas para a melhoria da qualidade. O aperfeiçoamento profissional e a melhoria contínua.
- 1.7. A avaliação da satisfação do cliente de serviços turísticos. Questionários de satisfação e outras ferramentas. Procedimentos para o tratamento das queixas e sugestões.
- 1.8. Gestão documental do sistema de qualidade.
- 1.9. Avaliação do sistema de qualidade. Auto-avaliações e auditorias. Processos de certificação

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-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; 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 do Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional de um mínimo de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF4: GESTÃO ECONÓMICA E ADMINISTRATIVA NAS AGÊNCIAS DE VIAGENS		
Código: MF23_5	Nível: 5	Duração: 210 Horas
Associado à UC23_5: Desenvolver a gestão económica - administrativa de agências de viagens		

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Registrar operações contabilísticas das agências de viagens segundo a normativa vigente geral e sectorial, reconhecendo a importância deste procedimento.

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

C2: Aplicar sistemas e procedimentos de gestão administrativa que se adaptem a diferentes tipos de agências de viagens e outras entidades de distribuição turística.

- CA 2.1. Identificar e classificar os diferentes tipos de documentos administrativos que se utilizam habitualmente em agências de viagens e outras entidades de distribuição turística em função de sua utilidade, procedência ou destino.
- CA 2.2. Descrever e comparar os sistemas de arquivo, reposição e controlo de documentos.
- CA 2.3. Preencher documentos administrativos específicos das agências de viagens e de outras entidades de distribuição turística para processos internos e externos.
- CA 2.4. Seleccionar e aplicar procedimentos de gestão documental.
- CA 2.5. Aplicar sistemas de gestão de arquivo que compreendam:
 - 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.

C3: Analisar os procedimentos e operações que se derivam das relações económicas internas e externas, aplicando-os e estimando sua importância.

- CA 3.1. Descrever os procedimentos de facturação, controlo de contas de crédito, cobrança a clientes e emitir documentos justificativos.
- CA 3.2. Comprovar o direito a devoluções por serviços pagos e não desfrutados, formalizando as comunicações a fornecedores e preenchendo os documentos necessários.
- CA 3.3. Registrar em suportes de vendas, os valores de direitos de uso de serviços ou produtos vendidos.
- CA 3.4. Preencher folhas de vendas de serviços de fornecedores.
- CA 3.5. Explicar os procedimentos de controlo de facturas de fornecedores e preencher relatórios de incidências e pedidos de regularização de pagamentos incorrectos.
- CA 3.6. Arquivar a documentação segundo os procedimentos estabelecidos.
- CA 3.7. Assumir a necessidade de intervir nos procedimentos derivados das relações económicas internas e externas com a maior precisão e um alto sentido de a responsabilidade e ética profissional.
- CA 3.8. Explicar o funcionamento das contas correntes, interpretando-as adequadamente assim

como os documentos emitidos.

CA 3.9. Realizar os registos contabilísticos que procedam os registos de caixa e contas bancárias, em resposta a casos definidos, com a máxima precisão.

C4: Desenvolver as operações de gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos, realizando as comprovações necessárias com a precisão e exactidão requeridas.

CA 4.1. Efectuar a conversão, em compras de divisa em moeda ou cheques de viagem, identificando a legislação aplicável, determinando o tipo de cambio 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. Efectuar 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 extractos de bancos, e resolvendo diferenças entre os registos das entidades financeiras e os livros/registos de contas bancárias da Agência de Viagens, em situações devidamente definidas.

CA 4.7. Assumir a necessidade de desenvolver as operações de gestão de tesouraria com a maior precisão e um alto sentido de responsabilidade e ética profissional.

Conteúdos

1. Contabilidade básica

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

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

- 2.1. Processos administrativos internos em agências de viagens e outras entidades de distribuição turística. Suportes documentais e registos. Programas informáticos de gestão interna (*BackOffice*). Aplicação de procedimentos.
- 2.2. Processos administrativos derivados da venda de transporte aéreo regular. Documentos de tráfico, e formulários administrativos *standards*. Procedimentos através de Internet Processos administrativos derivados da venda de alojamento. Aplicação de procedimentos e documentos associados.
- 2.3. Processos administrativos derivados da venda de transporte marítimo. Aplicação de procedimentos estabelecidos pelos fornecedores. Preenchimento de documentos internos e externos.
- 2.4. Aplicação de procedimentos estabelecidos pelos fornecedores. Formalização de documentos internos e externos.

- 2.5. 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.
- 2.6. Aplicação de procedimentos de gestão documental.
- 2.7. Meios de arquivo e tratamento da informação. Aplicações.
- 2.8. 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. Facturação e cobrança.
- 4.3. Meios de pagamento. Cartões de crédito e débito. Condições para a aceitação de cheques.
- 4.4. O pagamento ao prazo. As devoluções por serviços não prestados. Gestão de reembolsos.
- 4.5. Controlo de contas de crédito. Cobrança a clientes. Procedimentos perante dívidas de clientes (contas a receber).

5. Gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos

- 5.1. Legislação vigente aplicável a gestão de contas de caixa e bancos.
- 5.2. Normas reguladoras da compra em moeda estrangeira.
- 5.3. Procedimento de compra de moeda estrangeira.
- 5.4. Documentação e registo das operações.
- 5.5. Documentos de pagamento: Identificação, diferenciação, preenchimento. Normas aplicáveis.
- 5.6. Registo de movimentos de caixa e preenchimento de impressos administrativos e contabilísticos.
- 5.7. Realização de controlos de caixa.
- 5.8. Análise de extractos de contas bancárias, resolvendo desfasamentos com os livros/registos de contas bancárias da agência de viagens.
- 5.9. Análise das medidas de segurança relacionadas com a documentação contabilística e o efectivo.

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-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; 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 do Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional de um mínimo de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

MF5: INGLÊS PROFISSIONAL PARA SERVIÇOS DE INTERMEDIÇÃO TURÍSTICA		
Código: MF24_3	Nível: 3	Duração: 150 Horas
Associado à UC23_5: Desenvolver a gestão económica - administrativa de agências de viagens		

Capacidades e critérios de avaliação

C1: Interpretar mensagens orais de complexidade média em inglês, expressas pelos clientes e fornecedores a uma velocidade normal, emitidas no âmbito da actividade de intermediação turística.

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

- Atendimento directo ao cliente de agências de viagens, alojamentos, postos de informação turística e meios de transporte marítimo e aéreo, a sua chegada, durante sua estadia e a sua saída.
- Confirmação dos serviços contratados pelos clientes e com os fornecedores.
- Resolução de contingências e situações de emergência produzidas durante a prestação de um serviço.
- Negociação com clientes e profissionais do sector de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação.
- Resolução de reclamações.
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens organizadas, trajectos, e escalas.
- Procura de informação variada por parte do cliente ou profissional do sector.
- Atendimento a fornecedores, outras agências de viagem e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens e alojamentos.
- Promoção de viagem, evento ou zona turística a clientes actuais e potenciais.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.

CA 1.2. Interpretar de forma geral, mensagens orais emitidas em inglês em situações profissionais simuladas em condições que afectam a comunicação, tais como:

- Comunicação presencial ou telefónica.
- Aspectos não verbais.
- Número e características dos interlocutores.
- Costumes no uso da língua e diferentes sotaques.
- Clareza da pronúncia.

C2: Interpretar os aspectos gerais de mensagens e documentos de certa complexidade escritos em inglês no âmbito da intermediação turística, retirando a informação relevante.

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

- Consulta de manuais de maquinaria, equipamento ou utensílio da actividade de intermediação turística.
- Consulta de manuais de aplicação informática.
- Consulta de regulamento.
- Leitura de mensagens, cartas, faxes ou correios electrónicos.
- Informação sobre alojamentos, serviços e tarifas.

CA 2.2. Interpretar de forma geral, mensagens escritas em inglês, em situações profissionais simuladas em condições que afectam a comunicação.

C3: Produzir com fluidez mensagens orais em inglês, medianamente complexas, relativas ao contexto profissional da intermediação turística.

CA 3.1. Expressar oralmente em inglês, pronunciando com fluidez, clareza e correcção, formas de cortesia aprendidas, e frases complexas que utilizam um vocabulário amplo, em situações profissionais, tais como:

- Atendimento directo ao cliente de agências de viagens, alojamentos, oficinas de informação turística e meios de transporte.
- Negociação com clientes ou profissionais do sector a prestação, colaboração ou contratação de serviços.
- Resolução de contingências, situações de emergência e deficiências.
- Informação e conselho sobre destinos, serviços, produtos, viagens organizadas, trajectos e escalas.
- Atendimento a fornecedores, agências de viagem e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens e alojamentos.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.
- Resolução de reclamações.

CA 3.2. Produzir mensagens orais em inglês com clareza e coerência, adequando o tipo de mensagem e o registo às situações profissionais simuladas em condições que podem afectar a comunicação, tais como:

- Comunicação presencial ou telefónica.
- Costumes no uso da língua.
- Número e características dos interlocutores.

C4: Produzir, em inglês, documentos escritos, gramatical e ortograficamente correctos, utilizando um vocabulário amplo próprio do âmbito da intermediação turística.

CA 4.1. Produzir em inglês mensagens e instruções escritas, ajustadas a critérios de correcção 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 sector.
- 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 sector.

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

C5: Comunicar oralmente em inglês, expressando e interpretando com fluidez, mensagens medianamente complexas em distintas situações próprias da intermediação turística.

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

- Atendimento directo ao cliente de agências de viagens, alojamentos, postos de informação turística e meios de transporte marítimo e aéreo, a sua chegada, durante a sua estadia e a sua saída.
- Confirmação dos serviços contratados pelos clientes e com os fornecedores.
- Resolução de contingências e situações de emergência produzidas durante a prestação de um serviço.
- Negociação com clientes e profissionais do sector de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação.
- Resolução de reclamações.
- Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, viagens organizadas,

trajectos e escalas.

- Procura de informação variada por parte do cliente ou profissional do sector.
- Atendimento a fornecedores, outras agências de viagem e profissionais.
- Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens e alojamentos.
- Promoção de viagem, evento ou zona turística a clientes actuais e potenciais.
- Venda ou oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais.

CA 5.2. Resolver situações de interacção em inglês, em condições que afectam a comunicação, tais como:

- Comunicação presencial ou telefónica.
- Número e características dos interlocutores.
- Clareza na pronúncia e distintos sotaques.

Conteúdos

1. Gestão e comercialização em inglês de serviços turísticos

- 1.1. Apresentação de serviços turísticos: características de produtos e serviços, condições de pagamento e serviços pós-venda, entre outros.
- 1.2. Gestão de reservas de destinos ou serviços turísticos, tais como quartos hoteleiros ou transportes.
- 1.3. Emissão de bilhetes, *vouchers* e outros documentos da comercialização de serviços turísticos.
- 1.4. Negociação com fornecedores e profissionais do sector da prestação de serviços turísticos.
- 1.5. Preenchimento de documentação própria da gestão de uma agência de viagens.

2. Informações turísticas em inglês.

- 2.1. Cessão ou intercâmbio de informação entre serviços de informação turística, agências de viagens ou redes de centros de informação turística.
- 2.2. Gestão da informação sobre fornecedores de serviços turísticos e preços.
- 2.3. Procura de informação do cliente sobre sua satisfação com os serviços turísticos contratados, tais como o alojamento, o transporte e os guias.
- 2.4. Elaboração de listas de recursos naturais da zona, de actividades desportivas e/ou recreativas e itinerários, especificando localização, distância, datas, meios de transporte ou formas de acesso, tempo necessário e horários de abertura e encerramento.
- 2.5. Informação e aconselhamento ao cliente relativamente aos destinos turísticos recomendados.

3. Atendimento ao cliente de serviços turísticos em inglês

- 3.1. Terminologia específica no trato com clientes de agências de viagens e centros de informação turística.
- 3.2. Usos e estruturas habituais no atendimento ao cliente.
 - 3.2.1. Formas de saudação.
 - 3.2.2. Apresentações.
 - 3.2.3. Formas de cortesia habituais.
- 3.3. Distinção de estilos, formal e informal, na comunicação oral e escrita com clientes.
- 3.4. Tratamento de reclamações ou queixas dos clientes.
- 3.5. Simulação de situações de atendimento ao cliente e resolução de reclamações com fluidez e naturalidade.

Requisitos básicos do contexto formativo do Módulo

Espaços:

Os espaços onde deve decorrer o contexto formativo devem preencher os requisitos básicos estipulados pelo Sistema de Acreditação das Entidades Formadoras. (cf. Decreto-Regulamentar nº2/2011, de 24 de Janeiro; Boletim Oficial nº4; 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 do Módulo Formativo.
- O professor ou formador deve ter experiência profissional de um mínimo de 3 anos nas competências incluídas na Unidade de Competência associada ao Módulo Formativo.

Requisitos de acesso ao módulo formativo:

As condições de acesso ao módulo formativo constam no Artigo 15º, 16º, 17º 18º e 19º do Decreto-Lei nº 66/2010, de 27 de Dezembro (Cf. Boletim Oficial nº 50/2010; I Série, de 27 de Dezembro).

REVOGADO

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

Capacidades e critérios de avaliação:

C1: Observar as relações comerciais, operativas e contratuais das agências de viagens e tour-operators com os diferentes fornecedores de serviços turísticos.

- CA 1.1. Preparar documentos ou mensagens de pedidos de quotizações ou reserva de serviços, e elaborar e complementar contratos para diversos tipos de serviços, incluindo contratos de aluguer de meios de transporte, contratos de contingente nos estabelecimentos de alojamento e outros.
- CA 1.2. Observar a aplicação das técnicas de comunicação e negociação adequadas em relação com os fornecedores de serviços em circunstâncias e cenários diversos.
- CA 1.3. Auxiliar na resolução de conflitos entre as partes através de abordagens adequadas.

C2: Colaborar nos processos de elaboração, programação, operação de viagens organizadas e produtos similares identificando e aplicando procedimentos, técnicas e tecnologias.

- CA 2.1. Identificar e preencher os documentos apropriados para a elaboração de viagens organizadas ou *transfers* para assegurar as prestações dos serviços incluídos e observar os controlos necessários para assegurar a operação e o cumprimento das acções programadas, indicando as medidas correctivas adequadas perante determinados desvios.
- CA 2.2. Identificar e completar documentos administrativos e contabilísticos próprios das operações de viagens organizadas, excursões e *transfers*, e redigir relatórios de avaliação de forma manual e informatizada.
- CA 2.3. Utilizar programas informáticos e folhas de cálculo para a elaboração de orçamentos de viagens organizadas, excursões e *transfers*.
- CA 2.4. Propor viagens organizadas ou *transfers*, utilizando os suportes informáticos, recursos tecnológicos, como Internet, programas informáticos de folhas de cálculo e programas específicos para agências de viagens, assim como os dados apresentados.
- CA 2.5. Considerar e propor possíveis itinerários e características do produto.
- CA 2.6. Considerar e propor os serviços e outras componentes do produto.
- CA 2.7. Auxiliar na apresentação de propostas de prestadores dos serviços e obter preços e tarifas de serviços.
- CA 2.8. Colaborar na elaboração do orçamento, determinando custos, retribuições a retalhistas, margens de lucro, preços de venda, e outros indicadores económicos de interesse.
- CA 2.9. Colaborar na proposta de apresentação do produto elaborado, para desenhar a sua oferta final.

C3: Colaborar nos processos de informação e venda de produtos e serviços turísticos, valorizando a sua importância para a consecução dos objectivos empresariais.

- CA 3.1. Identificar e aceder às ofertas de serviços e de produtos como viagens organizadas, cruzeiros, excursões, etc., e seleccionar a informação necessária para a venda, manuseando os suportes como manuais, tarifários, etc., e meios de acesso à informação como GDS, Internet, etc., disponíveis nas agências de viagens e outras entidades de distribuição.
- CA 3.2. Colaborar no cálculo de tarifas para qualquer meio de transporte, tanto para trajectos nacionais como internacionais, determinando correctamente o preço final e emitindo a documentação correspondente.
- CA 3.3. Identificar os diferentes fornecedores de serviços existentes na agência e relacioná-los com os meios de gestão adequados para preencher as reservas de serviços e produtos nas diversas circunstâncias que podem surgir e aplicar os procedimentos adequados segundo a natureza do

fornecedor e o tipo de serviço.

C4: Aplicar as técnicas e habilidades de comunicação e atendimento ao cliente com o objectivo de satisfazer as suas expectativas e materializar futuras vendas.

- CA 4.1. Aplicar diferentes normas de actuação em função da tipologia de clientes.
- CA 4.2. Aplicar modalidades de atendimento ao cliente, segundo se trate de contacto directo ou não directo.
- CA 4.3. Aplicar as técnicas e habilidades de comunicação com as diferentes situações.
- CA 4.4. Identificar as etapas e os factores chaves para obter a satisfação do cliente, aplicando os procedimentos e técnicas de comunicação mais usuais.
- CA 4.5. Colaborar nas situações de resolução de conflitos em situações de reclamações de clientes.
- CA 4.6. Aplicar os processos de acolhimento, despedida e atendimento ao cliente, identificando as etapas e os factores chaves para conseguir a sua satisfação.
- CA 4.7. Aplicar as técnicas e habilidades de comunicação apropriadas a cada situação que impliquem atendimento e informação ao cliente em turismo.
- CA 4.8. Atender aos clientes com cortesia, procurando satisfazer os seus hábitos e necessidades de informação e resolvendo com amabilidade e discrição as suas queixas.

C5: Colaborar na aplicação de sistemas e procedimentos de gestão administrativa e no registo de operações contáveis que se adaptem a diferentes tipos de agências de viagens.

- CA 5.1. Identificar e classificar os distintos tipos de documentos administrativos que se utilizam habitualmente pelas agências de viagens e outras entidades de distribuição turística em função da sua utilidade, procedência ou destino.
- CA 5.2. Colaborar na aplicação dos sistemas de arquivo, reposição e controlo de documentos.
- CA 5.3. Colaborar no registo do processo contável básico aplicando as normas em vigor.
- CA 5.4. Colaborar na formalização de documentos administrativos específicos das agências de viagens e de outras entidades de distribuição turística para os seus processos internos e externos.
- CA 5.5. Assumir a necessidade de intervir nos processos de contabilidade com um elevado sentido de responsabilidade e honestidade pessoal.

C6: Colaborar na gestão e controlo das contas de clientes, assim como nos procedimentos e operações que se derivam das relações económicas internas e externas, estimando a sua importância.

- CA 6.1. Auxiliar na implementação dos processos de facturação, cobrança e na emissão de documentos justificativos de cobrança e pagamentos de forma manual e informatizada.
- CA 6.2. Auxiliar no registo de suportes de vendas, os montantes dos direitos de utilização de serviços ou produtos vendidos tanto manualmente, como com os programas informáticos habituais.
- CA 6.3. Preencher partes de vendas de serviços de fornecedores tanto de forma manual como informatizada.
- CA 6.4. Colaborar na aplicação dos procedimentos de controlo de facturas de fornecedores e preencher relatórios de incidências e solicitações de regularização de cargos incorrectos.
- CA 6.5. Arquivar a documentação segundo os procedimentos estabelecidos.

C7: Colaborar nas operações de gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos, realizando os comprovativos necessários com a precisão e exactidão requeridas.

- CA 7.1. Observar o processo de conversibilidade, nos casos de compra de divisa em ou cheques de viagem, identificando a lei aplicável, determinando o tipo de câmbio oficial ou aplicável e o contravalor final, e auxiliar no preenchimento dos documentos comprovativos da operação.
- CA 7.2. Auxiliar na formalização de formulários administrativos, pré-contabilísticos e contabilísticos para registar operações de tesouraria.
- CA 7.3. Auxiliar na formalização das sínteses periódicas dos movimentos de caixas.
- CA 7.4. Identificar as medidas de segurança necessárias para evitar roubos ou perdas, assumindo a

necessidade de desenvolver as operações de gestão de tesouraria com maior precisão e um alto sentido da responsabilidade e honestidade pessoais

C8: Observar a aplicação de técnicas de integração e direcção de pessoal utilizadas em agências de viagens e unidades de informação e distribuição turísticas.

- CA 8.1. Observar a utilização eficaz das técnicas de comunicação idóneas para receber e emitir instruções e informação, intercambiar ideias e opiniões, atribuir tarefas e coordenar planos de trabalho.
- CA 8.2. Observar o exercício da liderança, de uma maneira efectiva, adoptando o estilo mais apropriado em cada situação e dirigindo equipas de trabalho, integrando e coordenando as necessidades do grupo no quadro de objectivos, políticos ou directrizes pré-determinados.
- CA 8.3. Participar nas reuniões de trabalho, colaborando activamente e conseguindo a colaboração dos participantes, e agindo em conformidade com os propósitos da reunião.

C9: Colaborar na realização de controlos de qualidade de determinados serviços e produtos em agências de viagens e colaborar na avaliação dos resultados obtidos.

- CA 9.1. Colaborar na detecção de situações que, aparentemente podem, supor debilidades do serviço para a sua inclusão nos dispositivos que facilitem informação certa acerca das mesmas.
- CA 9.2. Colaborar no desenvolvimento de inquéritos para a recompilação de dados e propostas.
- CA 9.3. Colaborar na recompilação e introdução de dados nos registos e indicadores correspondentes.
- CA 9.4. Colaborar nas propostas de acções preventivas ou correctivas.
- CA 9.5. Colaborar na aplicação dos procedimentos de atenção e resolução de queixas e reclamações.
- CA 9.6. Comunicar oralmente em inglês *standard*, expressando e interpretando com fluidez, mensagens medianamente complexas em distintas situações, formais e informais, próprias da intermediação turística.
- CA 9.7. Interagir em inglês, nas situações profissionais, tais como:
- Atenção directa ao cliente de agências de viagens, postos de informação turística na sua chegada, durante a sua estadia e à sua saída;
 - Resolução de contingências, situações emergentes e deficiências produzidas durante a prestação de um serviço;
 - Resolução de queixas e reclamações;
 - Informação e assessoria sobre destinos, serviços, produtos, tarifas, viagens organizadas, trajectos, paradas e escalas;
 - Demanda de informação variada da parte do cliente ao profissional do sector;
 - Atendimento a fornecedores, agências de viagem e profissionais;
 - Gestão de reservas e outros serviços de agências de viagens e alojamentos;
 - Confirmação dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores;
 - Promoção de um estabelecimento, viagem, evento ou zona turística entre clientes actuais e potenciais;
 - Venda e oferta de serviços e produtos turísticos ou promocionais;
 - Negociação com clientes ou profissionais do sector de acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação.
- CA 9.8. Resolver situações de interacção em inglês, sob condições, que afectam a comunicação, tais como:
- Comunicação presencial ou telefónica.
 - Comunicação formal ou informal.
 - Número e características dos interlocutores.
 - Clareza na pronunciação e distintos acentos.

C10: Participar nos processos de trabalho da empresa, seguindo as normas e instruções estabelecidas no centro de trabalho.

- CA 10.1. Comportar-se responsavelmente tanto nas relações humanas como nos trabalhos a realizar.

CA 10.2. Respeitar os procedimentos e normas da instituição.

CA 10.3. Realizar com diligência as tarefas segundo as instruções recebidas, tentando adequar-se ao ritmo de trabalho da empresa.

CA 10.4. Integrar nos processos de produção da instituição.

CA 10.5. Utilizar os canais de comunicação estabelecidos.

CA 10.6. Cumprir as medidas de prevenção de riscos, saúde laboral e protecção do meio ambiente.

Conteúdos

1. Relação comercial das agências de viagens e *tour-operators* com fornecedores de serviços.

- 1.1. Relação entre as empresas de alojamento e as agências de viagens e *tour-operators*.
- 1.2. Relação com o transporte aéreo.
- 1.3. Relação com o transporte marítimo e terrestre.
- 1.4. Gestão dos serviços de guia turística.
- 1.5. Gestão de vistos e outros documentos necessários para a viagem. Seguro de viagem e os contratos de assistência em viagem.

2. Criação e operação de viagens organizadas e *transfers*.

- 2.1. Colaboração na programação de vários tipos de viagens organizadas.
- 2.2. Observação das relações entre *tour-operators* e agências de viagens. Condições de colaboração e termos de retribuição.
- 2.3. Observação das fases da elaboração, programação, comercialização e operação de viagens organizadas.
- 2.4. Elaboração de diferentes tipos de excursões e visitas. Características e serviços que incluem.
- 2.5. Programação e operação de excursões, de operações regulares e operações sob a demanda.
- 2.6. Programação e operação de diferentes tipos de *transfer*.

3. Informação, assessoria e venda de serviços e produtos turísticos

- 3.1. Selecção de informação.
- 3.2. Manejo de suportes manuais e informáticos.
- 3.3. Cálculo de tarifas para meios de transporte.
- 3.4. Gestão de reservas de fornecedores.
- 3.5. Os seguros de viagem e contratos de assistência em viagem.
- 3.6. Criação de ficheiros de clientes.
- 3.7. Aplicação de técnicas de promoção de vendas.
- 3.8. Aplicação de técnicas de negociação e de *merchandising*.

4. Comunicação, atendimento ao cliente e técnicas de vendas e negociação nas agências de viagens e nas entidades de distribuição turística

- 4.1. Aplicar as técnicas de comunicação adequadas aos distintos tipos de interlocutores e situações.
- 4.2. Selecção e transmissão de informação em função dos pedidos dos interlocutores.
- 4.3. Aplicação de técnicas de atenção pessoal e telefónica.
- 4.4. Aplicação de técnicas para determinar as expectativas dos clientes relativamente a um serviço para conseguir a satisfação das expectativas como conceito de qualidade do serviço.
- 4.5. Aplicação de técnicas no processo de venda. Fases da venda. A venda telefónica.
- 4.6. Aplicação de estratégias e técnicas na negociação.
- 4.7. Tratamento de reclamações.
- 4.8. Utilização de diferentes formas de saudações e de normas de cortesia tanto presenciais como à distância.
- 4.9. Aplicação de normas deontológicas, de conduta e de imagem pessoal dos profissionais de agências de viagens e de outras entidades de distribuição turística.

5. **Utilização de terminais de sistemas de distribuição (GDS) e de aplicações informáticas de gestão de agências de viagens.**
 - 5.1. Utilização dos distintos tipos de terminais GDS.
 - 5.2. Utilização de diferentes aplicações informáticas para a gestão de agências de viagens, reservas de viagens organizadas e excursões (*Front Office*)
6. **Sistemas e procedimentos de gestão administrativa e contabilística nas agências de viagens e entidades de distribuição turística**
 - 6.1. Processos administrativos internos nas agências de viagens e outras entidades de distribuição turística.
 - 6.2. Gestão de programas informáticos de gestão interna (*BackOffice*).
 - 6.3. Aplicação de procedimentos nos processos administrativos derivados da venda de transporte aéreo regular.
 - 6.4. Aplicação de procedimentos nos processos administrativos derivados da venda em alojamento.
 - 6.5. Aplicação de procedimentos e documentos associados aos processos administrativos derivados da venda de transporte marítimo.
 - 6.6. Processos administrativos derivados da venda de produtos de *tour-operators*.
 - 6.7. Aplicação de procedimentos de gestão documental.
 - 6.8. Meios de armazenamento e tratamento da informação.
7. **Procedimentos derivados das relações económicas com clientes**
 - 7.1. Pagamento em dinheiro. Cartões de crédito e débito. Condições para a aceitação de cheques e notas promissórias.
 - 7.2. O pagamento diferido. O financiamento externo. Os acordos comerciais com concessão de crédito aos clientes.
 - 7.3. As devoluções de serviços não prestados.
 - 7.4. Procedimentos perante as dívidas.
 - 7.5. Participação na gestão de tesouraria e controlo de contas de caixas e bancos.
 - 7.6. Emissão de documentos de pagamento.
 - 7.7. Observação das medidas de segurança relacionadas com a documentação contabilística.
 - 7.8. Utilização de programas informáticos de gestão interna (*BackOffice*) de agências de viagens para os procedimentos da gestão económica.
8. **Direcção e integração de pessoal nos departamentos de agências de viagens e unidades de informação e distribuição turística**
 - 8.1. Observar a atribuição de tarefas e coordenação de planos de trabalho.
 - 8.2. Assistir a tomada de decisões entre as diferentes vias de solução possíveis a um conflito.
 - 8.3. Observação do desempenho de liderança.
 - 8.4. Participação nas reuniões de trabalho.
 - 8.5. Consulta de um manual de acolhimento do estabelecimento a um novo empregado.
9. **Controlos de qualidade em agências de viagens e Unidades de informação e distribuição turística**
 - 9.1. Interpretação dos indicadores de qualidade próprios das agências de viagens.
 - 9.2. Observação de atributos e dimensões da qualidade nas viagens organizados e *transfers*.
 - 9.3. Procedimentos e instruções de trabalho para a qualidade nos serviços turísticos.
 - 9.4. Gestão da documentação e informação própria do sistema de qualidade implementado.
 - 9.5. Elaboração de questionários simples que permitem medir o nível de satisfação dos clientes respectivamente aos indicadores.
 - 9.6. Aplicação das ferramentas básicas para a determinação e análises das causas da não qualidade.
10. **Comunicação em inglês em situações próprias dos serviços de intermediação turística**

- 10.1. Atendimento directo em inglês ao cliente de agências de viagens, a sua chegada, durante a sua estadia e a sua saída.
- 10.2. Resolução em inglês de contingências, situações emergentes e deficiências produzidas durante a prestação de um serviço.
- 10.3. Resolução de queixas e reclamações em inglês.
- 10.4. Informação e conselho em inglês, sobre destinos, serviços, produtos, preços, viagens organizadas e escalas.
- 10.5. Atendimento de demandas de informação variada em inglês da parte do cliente ou profissional do sector.
- 10.6. Atendimento em inglês aos fornecedores, agências de viagens e profissionais.
- 10.7. Gestão em inglês de reservas e outros serviços de agências de viagens.
- 10.8. Confirmação em inglês dos serviços contratados aos clientes e com os fornecedores.
- 10.9. Promoção em inglês um estabelecimento, viagens, evento ou zona turística entre clientes actuais e potenciais.
- 10.10. Negociação em inglês com clientes ou profissionais do sector, acordos de prestação de serviços, colaboração ou contratação.
- 10.11. Comunicação em inglês de forma presencial ou telefónica.
- 10.12. Comunicação em inglês em situações formais ou informais
- 10.13. Comunicação em condições de ruído ambiental ou interferências

11. Integração e comunicação na instituição

- 11.1. Comportamento responsável no centro de trabalho.
- 11.2. Respeito aos procedimentos e normas do centro de trabalho.
- 11.3. Interpretação e execução com diligência das instruções recebidas.
- 11.4. Reconhecimento do processo produtivo da organização.
- 11.5. Utilização dos canais de comunicação estabelecidos no centro de trabalho.
- 11.6. Adequação ao ritmo de trabalho da empresa.
- 11.7. Seguimento das normativas de prevenção de riscos, saúde laboral e protecção do meio ambiente.