

PLANEAMENTO DAS DISCIPLINAS

PROCEDIMENTO 1

Técnico de Turismo

2020 | 2023

Disciplina	Técnicas de Comunicação em Acolhimento Turístico
Professor	Maria do Rosário Santa Bárbara
Carga Horária	180 horas

COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

- Identificar diferentes estilos de relacionamento interpessoal e conhecer os comportamentos mais adequados à eficiência de cada situação de comunicação;
- Dominar técnicas de expressão e utilizar formas de argumentação, desenvolvendo simultaneamente as competências necessárias para aumentar a eficácia na preparação, gestão e controlo de processos comunicacionais;
- Controlar as emoções e obter o melhor proveito das mesmas;
- Transmitir informações ao turista/visitante, com a ajuda da imagem;
- Promover a linguagem da confiança, despertando no turista/visitante o desejo de voltar;
- Conhecer e desenvolver técnicas de relações públicas por forma a dinamizar e melhorar a imagem do produto turístico;
- Desenvolver a aplicação das técnicas e dos procedimentos a utilizar nos serviços prestados ao nível da receção em turismo;
- Reconhecer e utilizar técnicas para acolher e prestar assistência ao turista/visitante;

- Reconhecer a importância da qualidade da informação turística facultada ao turista / visitante numa perspectiva de atingir os níveis de qualidade total cada vez mais necessários para a competitividade dos destinos turísticos.

OBJETIVOS

A disciplina de Técnicas de Comunicação em Acolhimento Turístico pretende transmitir ao aluno o conhecimento das teorias, normas e técnicas de comunicação e acolhimento exigidas pelo exercício das profissões do Turismo, as quais efetuam serviços de receção, informação turística e acolhimento de clientes, entre outros, garantindo um serviço de qualidade e satisfação dos turistas. Esta disciplina tem uma importância determinante na construção do perfil do Técnico de Turismo que pretendemos formar, de acordo com as competências técnicas exigidas pelo referencial de formação aprovado para esta saída profissional.

O aluno irá desenvolver competências no âmbito do processo de comunicação e relacionamento interpessoal, conhecer e dominar os diferentes estilos e técnicas de comunicação quer dentro da organização, quer na relação com os turistas.

As técnicas de relações públicas aplicadas à atividade turística, são uma ferramenta fundamental para um técnico de turismo que pretenda exercer a sua atividade de uma forma eficaz e eficiente.

Acolher o cliente, gerir a relação interpessoal, dominar as técnicas de gestão de conflitos, gerir reclamações, são condições essenciais para garantir a qualidade nos serviços de informação turística.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Módulo 1 | A comunicação nas relações interpessoais

- Definição de comunicação;
- Componentes do ato comunicativo (emissor, receptor, mensagem, canal, código, contexto, *feedback*);

- Distinção entre comunicação interpessoal e outros tipos de comunicação (comunicação animal, social, institucional, etc.);
- Modos de comunicação interpessoal:
 - Modos verbais (escrita e fala);
 - Modos não verbais:
 - ✓ Contacto corporal (as diferenças interculturais);
 - ✓ Distância interpessoal (as quatro distâncias: íntima, pessoal, social, pública);
 - ✓ Postura (relação com a circunstância, o estatuto, a hierarquia);
 - ✓ Comportamento motor-gestual;
 - ✓ Comportamento mímico do rosto (relação entre a expressão facial, as emoções, a personalidade e a produção verbal);
 - O comportamento visual;
 - Aspetos não verbais da fala.
- Comunicação e processo de influência:
 - Escolhas na codificação e decodificação da mensagem;

Módulo 2 | Comunicação e Imagem das Organizações

- A comunicação na empresa
 - O processo de comunicação
 - As finalidades da comunicação empresarial
 - Tipos de comunicação
- Práticas de comunicação em contexto empresarial
 - A comunicação escrita
 - A linguagem comercial e administrativa
- O tratamento da correspondência
 - O circuito da correspondência
- A produção de informação através de meios informáticos
 - Áreas de aplicação das tecnologias de informação e de comunicação
 - As implicações das tecnologias da informação e de comunicação nas organizações
 - A Internet numa perspetiva organizacional
 - As novas formas de trabalho
 - Uma aplicação informática de gestão de projetos

Módulo 3 | Atendimento e Comunicação

- Apresentações e cumprimentos
- Tratamentos honoríficos – por escrito e oralmente
- Técnicas para falar em público
- Civilidade no escritório
- Precedências
- Postura
- Kinesia
- A indumentária como parte da linguagem
- Regras de ouro do protocolo empresarial internacional

Módulo 4 | Relações Públicas no Turismo

- Conceito de Relações Públicas
 - Evolução do conceito ao longo do século XX
 - O profissional de relações públicas: finalidades e funções;
- Conceito de atitude
 - Componentes das atitudes (cognitiva, afetiva, comportamental)
 - Formação e desenvolvimento das atitudes
 - Modificação de atitude
 - Relação entre atitude e opinião (a opinião como expressão de atitudes latentes)
- Conceito de Opinião Pública
- Medição da Opinião Pública

Módulo 5 | Procedimentos Administrativos na Recepção

- Os serviços de recepção nas empresas turísticas
 - Os serviços de recepção no sector da informação turística
 - Tipologia e identificação das diferentes formas de organização
 - Os serviços de recepção nas unidades de alojamento
 - Os serviços de recepção nas agências de viagens e transportes

- Procedimentos administrativos - áreas de aplicação das TIC
 - Software tipo da atividade comercial
 - ✓ A documentação comercial eletrónica
 - A linguagem comercial e administrativa;
 - A comunicação escrita e oral
 - ✓ O tratamento e o circuito interno da correspondência.
 - ✓ O atendimento telefónico
 - ✓ O tratamento e armazenamento de dados;
- Técnicas de arquivo
 - Conceito e funções
 - Requisitos e caracterização
 - Critérios de classificação e arquivo
 - Principais regras de arquivo informático

METODOLOGIAS

Os métodos a aplicar têm como objetivo fundamental permitir aos alunos a aplicação dos conhecimentos teóricos e teórico-práticos adquiridos nesta disciplina em situações práticas, propostas pelos professores por forma a desenvolverem competências específicas nos domínios da informação e da animação turística no contacto direto com o público:

- Método expositivo
- Método interrogativo
- Métodos ativos (entrevistas, simulações, questionários e trabalhos de campo)
- Brainstorming
- Consulta de bibliografia e artigos de imprensa
- Realização de trabalhos de grupo
- Visitas de estudo (postos de informação turística, unidades hoteleiras, agências de viagens, etc.)

AVALIAÇÃO

No âmbito da avaliação, pretende-se estimular o sucesso educativo dos alunos, favorecer a autoconfiança e contemplar os vários ritmos de desenvolvimento e progressão.

Os aspetos selecionados no processo de avaliação devem corresponder aos objetivos e aos conteúdos que, no processo ensino-aprendizagem, foram enfatizados para o desenvolvimento de competências técnicas adequadas aos diferentes desempenhos que as saídas profissionais previstas para este curso implicam. A avaliação será contínua e sumativa.

Avaliação contínua

O ensino profissional requer uma avaliação individualizada, que fixe as metas que o aluno deverá alcançar, a partir de critérios estabelecidos, em função do diagnóstico efetuado. Para isso, os alunos devem conhecer previamente os aspetos que serão objeto de observação, bem como os critérios que orientam a avaliação. Assim, na sua prática pedagógica, o professor, quando avalia, deve valorizar a relação entre os processos e os produtos de aprendizagem seguidos e conseguidos pelos alunos, tendo em conta a aplicação coerente dos critérios de avaliação negociados com os alunos.

Avaliação sumativa

A avaliação sumativa constitui a terceira etapa de todo o processo formativo, devendo constituir um balanço (qualitativo e quantitativo) da aprendizagem de cada aluno e permitir o inventário do desenvolvimento das competências previstas para cada módulo, dando, simultaneamente, informações necessárias para o seu prosseguimento futuro. Destina-se a certificar os resultados da aprendizagem, ratificando-os e permitindo a atribuição da respetiva classificação.

A avaliação incidirá prioritariamente sobre o produto realizado no final de cada módulo e deverá também abranger a competência de compreensão através de instrumentos objetivos. Deste modo, ela constituirá um importante indicador da eficácia do trabalho realizado conjuntamente por alunos e professor.

BIBLIOGRAFIA GERAL

Abric, Jean Claude, *Psychologie de la Communication – Théories et Méthodes*, Armand Colin, s/d

Alveira, Luís, *Manual do Perfeito Atendedor*, 1999

Andrade, Cândido Teobaldo de Sousa, *Curso de Relações Públicas*, Thompson, S. Paulo, s/d

Andrade, Elisabete Vieira Canha de, *Cortesia, Etiqueta, Protocolo*, Texto Editora, s/d

Baumgarten, Franziska, *Psicologia das Relações Humanas nas Empresas*, Edições Delfos, Lisboa, s/d

Bland, Michael, *A Comunicação na Empresa*, Editorial Presença, Lisboa, s/d

Brigs, Susan, *Marketing para o Turismo no século XXI*, Edições setop, 1999

Cabrero, José Daniel Barquero, Cabrero Mário Barquero, *O livro de Ouro das Relações Públicas*, Porto Editora, s/d

Cascão, Amélia; Cascão, Arcindo Ferreira, *Atendimento*, CECOIA, 2000

Conquet, André, *Como Falar em Público*, Pórtico Editora, Lisboa, s/d

Costa, Joan, *Imagem Global*, Bordas, Madrid, s/d

Costa, Jorge, Paulo Rita e Paulo Àguas, *Tendências internacionais em Turismo*, Lidel, 2001

Direcção Geral do Turismo e Ministério da Economia, *Turismo em Portugal – Política, estratégia e instrumentos de intervenção*, DGT, 2002

Doug, Newson, Alan Scott, *This is PR*, Wadsworth, Belmont, EUA, s/d

Estanqueiro, António, *Saber lidar com as Pessoas – Princípios de Comunicação Interpessoal*, Editorial Presença, s/d

Estremadoyro, E.C., *Relaciones Publicas y la Empresa*, Editorial San Marcos, Lima, s/d

Fernandes, Artur, *Qualidade de Serviço*, Pregaminho Editora, 2000

Fiske, John, *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Edições Asa, s/d

Fonseca, Abílio da, *Comunicação Institucional*, Instituto Superior da Maia, s/d

Guião do Atendimento e Comunicação Interpessoal, IAPMEI, s/d

Lampreia, J. Martins, *Comunicação Empresarial*. Texto Editora, Lisboa, s/d

Lippman, W. *Public Opinion*, Barcourt, Nova Iorque, s/d

Lousã, Aires *et al.* (2005), *Técnicas Administrativas*, Porto: Porto Editora, s/d

Lozano, Fernando, *Manual Prático de Relações Públicas*, Livros do Brasil, Lisboa, s/d

Marion, Gilles, *Les Images de l' Entreprise*, Lee Éditions d'Organization, Paris, s/d

Matrat, Lucien e Alec Carin – *As Relações Públicas, Motor de Produtividade*, Sampedro Editora, Lisboa, s/d

Melro, Fernando, *Atendimento ao público*, IEFP, 1991

Oliveira, Maria da Luz, *Relações Públicas*. Edições Texto, Lisboa, s/d

Pio Ricci Bitti, Bruna Zani, *A Comunicação como Processo Social*, Editorial Estampa, s/d

Wey, Hebe, *O Processo de Relações Públicas*, Summus Editorial, S. Paulo, s/d

PROCEDIMENTO 2

Professor	Maria do Rosário Santa Bárbara				
Módulo nº 1	A comunicação nas relações interpessoais				Tempo previsto: 36 horas
Objetivos de aprendizagem	Conteúdos	Metodologias e Técnicas Pedagógicas	Recursos	Avaliação	Bibliografia
<p>Conhecer o conceito de comunicação.</p> <p>Identificar os diversos elementos do acto comunicativo.</p> <p>Distinguir a comunicação interpessoal de outros tipos de comunicação.</p> <p>Diferenciar os modos verbais e não verbais da comunicação.</p> <p>Compreender as condicionantes culturais da comunicação.</p> <p>Reconhecer a linguagem como sistema aberto.</p> <p>Reconhecer a comunicação como sistema de influência.</p>	<p>1. Definição;</p> <p>2. Componentes do acto comunicativo</p> <p>3- Comunicação interpessoal e outros tipos de comunicação</p> <p>4-Modos de comunicação interpessoal</p> <p>5. Comunicação e processo de influência</p>	<p>Método expositivo, na fase inicial, método ativo e interrogativo, valorizando a participação dos alunos no processo de aprendizagem; simulação de situações práticas.</p>	<p>Quadro; computador e projetor; materiais preparados pelo formador; sala de TIC para pesquisa de informação.</p>	<p>Continua: empenho e desempenho individual na aula;</p> <p>Sumativa: trabalhos de grupo e individuais sobre os diversos pontos do programa do módulo.</p> <p>Produção de informação escrita;</p> <p>Simulações pedagógicas.</p>	<p>Brigs, Susan, Marketing para o Turismo no século XXI, Edições setop, 1999.</p> <p>Costa, Jorge, Paulo Rita e Paulo Àguas, Tendências Internacionais em Turismo, Lidel, 2001.</p> <p>Direcção Geral do Turismo e Ministério da Economia, Turismo em Portugal – Política, estratégia e instrumentos de intervenção, DGT, 2002.</p> <p>Fernandes, Artur, Qualidade de Serviço, Pregaminho Editora, 2000</p>