

Curso Profissional de Técnico de Turismo

12.º Ano

Disciplina: **OTET**

Ano Letivo **2020/21**

PLANIFICAÇÃO A LONGO PRAZO

MÓDULO 8 <i>Sistemas Globais de Distribuição</i>	
<p>Conteúdos:</p> <p>1. Serviços eletrónicos de reservas em Amadeus ou Galileu</p> <p>1.1 Introdução ao sistema de reservas</p> <p>1.2 Assinar e desassinar o terminal</p> <p>1.3 O IWS – <i>Intelligent Workstation</i></p> <p>1.4 Codificação e descodificação</p> <p>1.5 <i>Timetable</i></p> <p>1.6 <i>Availability</i></p> <p>1.7 <i>O Booking file</i></p> <p>1.8 Venda (<i>Sell</i>)</p> <p>1.9 <i>OSI (Other service information)</i></p> <p>1.10 <i>Vendor Remarks</i></p> <p>1.11 <i>Enhanced booking file servicing (RQ)</i></p> <p>1.12 Os SSR's (pedidos especiais)</p> <p>1.13 Recuperação de uma reserva</p> <p>1.14 A divisão de um <i>Booking file (Divide)</i></p> <p>1.15 <i>Queues</i></p> <p>1.16 Informações diversas</p> <p>1.17 <i>Currency</i></p> <p>1.18 Global fares</p> <p>1.19 A produção de documentos</p> <p>1.20 Problemas com a impressão de bilhetes e itinerários</p> <p>2 Novos desafios (e-commerce)</p>	Início
	18.09.2020
	Fim
	20.11.2020
	Nº Aulas Previstas (50 min)
	38

Curso Profissional de Técnico de Turismo

12.º Ano

Disciplina: **OTET**

Ano Letivo **2020/21**

PLANIFICAÇÃO A LONGO PRAZO

<i>Marketing Territorial e Empresarial</i>	
<p>Conteúdos:</p> <p>1. Definição de Marketing Territorial e Empresarial</p> <p>2. O Marketing Estratégico 2.1 Análise <i>Swot</i> 2.2 A segmentação do negócio/atividade 2.3 Posicionamento do negócio/atividade</p> <p>3. O Marketing Operacional 3.1 Política do Produto 3.2 Política do Preço 3.3 Política de Distribuição 3.4 Política de Comunicação 3.4.1 Relações Públicas 3.4.2 Publicidade</p> <p>4. O Marketing de Lugares 4.1 A especificidade do Marketing de Lugares 4.2 Atração de visitantes e turistas através do Marketing de Lugares 4.3 Fidelização de visitantes e turistas através do Marketing de Lugares</p>	<p>Início 07.04.2021</p>
	<p>Fim 21.05.2020</p> <p>Nº Aulas Previstas (50 min)</p> <p>27</p>

OTET – Operações Técnicas em Empresas Turísticas – 3º ano

3º Ciclo	Avançado	Intermédio	Elementar	Inicial
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Domina as operações técnicas de serviços de receção em unidades de alojamento turístico. ▪ Domina as operações técnicas associadas às empresas de animação e organização turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tem conhecimento e desenvolve as operações técnicas de serviços de receção em unidades de alojamento turístico com rigor técnico. ▪ Analisa e aplica as operações técnicas associadas às empresas de animação e organização turística com responsabilidade e autonomia. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferencia e desenvolve algumas das operações técnicas de serviços de receção em unidades de alojamento turístico com rigor técnico. ▪ Desenvolve as operações técnicas associadas às empresas de animação e organização turística com responsabilidade e autonomia 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conhece as operações técnicas de serviços de receção em unidades de alojamento turístico mas não as executa com rigor técnico. ▪ Organiza operações técnicas associadas às empresas de animação e organização turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Executa as operações técnicas de serviços de receção em unidades de alojamento turístico. ▪ Executa as operações técnicas associadas às empresas de animação e organização turística.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conhece a tipologia das empresas turísticas, bem como a sua especificidade. ▪ Conhece a estrutura, organização e tipologia das unidades de acolhimento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relaciona a tipologia das empresas turísticas, bem como a sua especificidade. ▪ Relaciona a estrutura, organização e tipologia das unidades de acolhimento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferencia a tipologia das empresas turísticas, bem como a sua especificidade. ▪ Diferencia a estrutura, organização e tipologia das unidades de acolhimento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Classifica a tipologia das empresas turísticas, bem como a sua especificidade. ▪ Apresenta a estrutura, organização e tipologia das unidades de acolhimento. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifica a tipologia das empresas turísticas, bem como a sua especificidade. ▪ Identifica a estrutura, organização e tipologia das unidades de acolhimento.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promove produtos e serviços turísticos junto de clientes individuais ou organizações em agências de viagens e transportes. ▪ Reconhece a importância das empresas de animação turística e desportiva no contexto do produto/destino turístico 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisa os produtos e serviços turísticos junto de clientes individuais ou organizações em agências de viagens e transportes. ▪ Analisa a importância das empresas de animação turística e desportiva no contexto do produto/destino turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferencia produtos e serviços turísticos junto de clientes individuais ou organizações em agências de viagens e transportes. ▪ Desenvolve a importância das empresas de animação turística e desportiva no contexto do produto/destino turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresenta produtos e serviços turísticos junto de clientes individuais ou organizações em agências de viagens e transportes. ▪ Reconhece e compara a importância das empresas de animação turística e desportiva no contexto do produto/destino turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifica produtos e serviços turísticos junto de clientes individuais ou organizações em agências de viagens e transportes. ▪ Identifica a importância das empresas de animação turística e desportiva no contexto do produto/destino turístico.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fornece informações e aconselha clientes sobre os produtos turísticos disponibilizados pelas empresas. ▪ Identifica as relações entre marketing turístico e políticas de comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisa informações e aconselha clientes sobre os produtos turísticos disponibilizados pelas empresas. ▪ Relaciona as relações entre marketing turístico e políticas de comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compara informações e aconselha clientes sobre os produtos turísticos disponibilizados pelas empresas. ▪ Identifica as relações entre marketing turístico e políticas de comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apresenta informações e aconselha clientes sobre os produtos turísticos disponibilizados pelas empresas. ▪ Compara as relações entre marketing turístico e políticas de comunicação. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usa informações e aconselha clientes sobre os produtos turísticos disponibilizados pelas empresas. ▪ Identifica as relações entre marketing turístico e políticas de comunicação.