

PRÁTICAS DE AGÊNCIAS E OPERADORES TURÍSTICOS

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas

Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas (Pós-Laboral)

Código: 15823

Área Científica Predominante: Gestão, Organização e Planeamento do Turismo

Docente: Vânia Natércia Gonçalves Costa

Idioma de Instrução: Português

Regime: S2

Carga Letiva: 60h Carga Trabalho: 108h

ECTS: 6,0

Objetivos

Dotar os alunos de métodos e ferramentas de análise dos processos relativos à operação de Agências de Viagens e Operadores Turísticos. A interpretação dos principais problemas, promovendo uma atitude pró-activa de estudo e de procura de soluções. Habilitar o aluno á gestão integrada, sendo capaz de fazer uso das ferramentas e conhecimentos de outras disciplinas para obter sempre os melhores resultados, numa abordagem custo-benefício, assumindo inconformismo e tendo presente uma atitude metódica na procura das soluções ótimas tendo presente a especificidade do turismo enquanto produto intangível e como tal de exigente tratamento profissional. Sensibilizar o aluno para a prestação de serviços de valor acrescentado e de qualidade contribuindo para a qualificação geral da Agência e/ou Operador Turístico.

Resultados da Aprendizagem

Espera-se que o aluno alcance, no final do semestre, os seguintes resultados de aprendizagem:

Capacidade para caracterizar os produtos turísticos existentes no mercado, de identificar a procura e a oferta, de conseguir construir soluções ajustadas e economicamente competitivas. Identificar as principais necessidades do mercado da procura e suas tendências e conseguir antecipar soluções integradas de oferta especializada. Capacidade para realizar orçamentação, organizar produtos com respetivos programas, de rececionar turistas em regime de agente recetivo e de apoiar a emissão de turistas na qualidade de agente emissor, identificando os procedimentos de handling correspondentes. Habilitar para o uso dos instrumentos técnicos disponibilizados pelos operadores, que permitem a concretização da comercialização e uso dos produtos de turismo. Capacitar o aluno a interpretar os resultados das ferramentas e procedimentos usados nos operadores turísticos e a promover os ajustamentos necessários.

Conteúdos Programáticos

1. Operadores Turísticos e Agências de Viagens
2. Técnica de Agências de Viagens

3. Reservas Hoteleiras
4. Reservas de Programas de Viagens
5. A Aviação Comercial - A linguagem da aviação e prática simulada
6. O Sistema de Distribuição Global - Galileo
7. Tarifas
8. Organização de Viagens
9. Programas de Viagens
10. Orçamentação de Viagens de Grupo
11. Turismo Recetivo
12. Handling aeroportuário, Ferroviário, Marítimo e Rodoviário

Bibliografia Recomendada

Abranja, N., Alcântara, A., Braga, C., Marques, A., Nunes, R. (2012). Gestão de agências de viagens e turismo. Lisboa: Lidel.

Chang, Y. W., Hsu, P. Y., Lan, Y. C. (2019). Cooperation and competition between online travel agencies and hotels. *Tourism Management*, 71, 187-196.

Mason, P. (2013). *Tourism impacts, planning and management*. Routledge.

Okumus, F., Altinay, L., Chathoth, P. (2010). *Strategic Management in the International Hospitality and Tourism Industry*. Routledge.

Travelport (2017). *Galileo for Travel Professionals - Using Travelport Smartpoint 6.0*. Ed. Travelport.

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

O objetivo da disciplina de Práticas de Agências e Operadores Turísticos é dotar os estudantes de conhecimentos e técnicas para desenvolverem uma carreira nesta área do Turismo. O universo do tecido empresarial e organizativo do turismo possui Operadores Turísticos e Agências de Viagens responsáveis pelo desenvolvimento de toda a oferta turística. Os conhecimentos ministrados, garantem aos estudantes o domínio das tecnologias inerentes, a linguagem técnica, a concretização de negócios, a contratualização, a montagem de produtos turísticos por medida e a compreensão das necessidades da procura turística. O estudante será de ser capaz de compreender as necessidades do mercado e pelos conhecimentos obtidos, será capaz de construir as soluções técnicas de satisfação dessas necessidades em produtos de turismo disponibilizados pelos diferentes Operadores Turísticos.

A disciplina está estruturada em 12 capítulos, sendo que no primeiro capítulo se faz uma identificação dos Operadores Turísticos e das Agências de Viagens, conceitos, características dominantes, diferenças e tendências futuras. No segundo capítulo tratar-se-á das Técnicas de Agências de Viagens, regimes e nomenclatura técnica.

No terceiro e quarto capítulos, abordar-se-ão as temáticas das reservas hoteleiras e de programas de viagens e suas características mais comuns. Serão diferenciadas as reservas por tipologia de operador de acordo com as especificidades existentes, tendo em consideração a crescente utilização das novas tecnologias da comunicação e da informação. O quinto, sexto e sétimo capítulos tratarão de municiar os alunos com o conhecimento da aviação comercial, linguagem técnica e tarifas existentes bem como a tendência de funcionamento orgânico desses serviços. Os capítulos oitavo, nono e décimo centram-se na transmissão de conhecimentos sobre a organização de viagens, suas especificidades, comportamentos mais comuns dos operadores e dos turistas, técnicas de gestão de conflitos de interesses, programação e orçamentação de viagens incluindo as viagens em grupo. No décimo primeiro capítulo serão tratados de forma mais detalhada o turismo receptivo por parte dos operadores receptivos, qualidade dos serviços e manutenção das expectativas dos turistas, complementos de serviços. . Sua linguagem. O último capítulo tratará a temática do handling aeroportuário, conceitos, serviços de passageiros, procedimentos de embarque e desembarque, check-in, documentação de trânsito internacional, documentação para menores e procedimentos de lost and found.

Métodos de Avaliação

Metodologia de avaliação:

- Teste individual 1 (40%)
- Teste individual 2 -programa de Agências de Viagens Galileo (40%)
- Resolução de casos práticos em contexto de sala e desafios em contexto real de Agências e Operadores Turísticos (20%)