

Gestão Turística e Cultural

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 14880/2013 de 15/11/2013

Ficha da Unidade Curricular: Operadores Turísticos e Agências de Viagens

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:30.0; TP:45.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 964155

Área Científica: Turismo

Docente Responsável

José Luís Sousa Soares de Oliveira Braga

Professor Adjunto Convidado

Docente(s)

José Luís Sousa Soares de Oliveira Braga

Professor Adjunto Convidado

João Pedro Tomaz Simões

Assistente Convidado

Objetivos de Aprendizagem

- Fornecer conhecimentos e competências que permitam compreender a estrutura da distribuição turística;
- Curso exclusivo da Travelport para Certificação Galileo destinado a dotar os formandos dos conhecimentos básicos necessários para elaborar reservas aéreas e emitir os diversos documentos.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

- Fornecer conhecimentos e competências que permitam compreender a estrutura da distribuição turística;
- Dar a conhecer os conceitos e terminologias utilizadas pelos intermediários em turismo;
- Elaborar e comercializar pacotes turísticos;
- Conhecer e dominar o sistema de distribuição global.
- Consultar disponibilidades de voos

- Efetuar reservas de avião, incluindo pedidos especiais e outros elementos opcionais
- Efetuar alterações a reservas realizadas
- Consultar as notas das tarifas – alterações e cancelamentos
- Calcular o preço de uma viagem
- Fazer orçamentos de viagens
- Emitir documentos eletrônicos –bilhetes e EMD.

Conteúdos Programáticos

1. Programação de Pacotes Turísticos;
2. O papel dos intermediários no sistema turístico; agências de viagens e operadores turísticos;
3. Sistemas de Distribuição Global (GSD);
4. Guias Intérpretes e Agências de Viagem;
5. O cliente;
6. Fatores de competitividade;
7. Elaboração e comercialização de pacotes.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Programação de Pacotes Turísticos.
 - 1.1.O programa turístico;
 - 1.2.Tipos de programa turístico;
 - 1.3. O pacote turístico: conceito e classificações;
 - 1.4. Terminologia utilizada para definir o pacote turístico.
2. O papel dos intermediários no sistema turístico: agências de viagens e operadores turísticos:
 - 2.1. Antecedentes da agência de viagens;
 - 2.2. Empresas retalhistas;
 - 2.3. Empresas grossistas;
 - 2.4. Empresas grossistas/retalhistas;
 - 2.5. Estratégia dos grandes operadores internacionais;
3. Sistemas de Distribuição Global (GSD);
 - 3.1. O contexto dos GDS;
 - 3.2. Os Sistemas Globais de Distribuição;
 - 3.3. A distribuição turística na internet;
 - 3.4. Operacionalização da Plataforma de Vendas: Reservas, Tarifas e Emissões;
 - 3.5. Elaboração da reserva;
 - 3.6.Consulta de horários: frequência de voos e disponibilidades;
 - 3.7.Campos obrigatórios da reserva;
 - 3.8. Campos opcionais;
 - 3.9. Serviços especiais e marcação de lugar;
 - 3.10. Venda de serviços auxiliares – carrinho de compras;
 - 3.11. Alterações/cancelamento da reserva;
 - 3.12. Atualização de Status Codes;
 - 3.13. Divide Booking File,
 - 3.14. Tarifas:
 - 3.14.1.Consulta das Notas – restrições para alterações e cancelamento;
 - 3.14.2. Tarifar reservas – diferentes tipos de Fare Quote;

- 3.14.3. Branded Fares;
- 3.14.4. Tipos de passageiros (adulto, criança, bebé, etc) ;
- 3.14.5. Procurar a melhor tarifa – shopping;
- 3.14.6. Elaborar orçamentos para os clientes.
- 3.15. Emissão de Documentos
 - 3.15.1. Familiarização com os campos do bilhete;
 - 3.15.2. Emissão de bilhete eletrónico;
 - 3.15.3. Cancelamento de bilhetes;
 - 3.15.4. Emissão do EMD para pagamento de serviços auxiliares;
 - 3.15.5. Relatório de emissões
- 4. Guias Intérpretes e Agências de Viagem:
 - 4.1. Guias Intérpretes no Turismo em Portugal;
 - 4.2. Acesso à profissão de guia intérprete;
 - 4.3. Profissão de Guia - Serviço local e circuitos;
 - 4.4. Serviços em vários idiomas.
- 5. O Cliente:
 - 5.1. Cliente ou turista;
 - 5.2. Motivações e necessidades do consumidor turístico;
 - 5.3. O processo que conduz o turista à compra de um produto turístico;
 - 5.4. Análise do pacote ou programa turístico.
- 6. Fatores de competitividade:
 - 6.1. Conceito de competitividade;
 - 6.2. A qualidade;
 - 6.3. A inovação;
 - 6.4. A criatividade;
- 7. Elaboração e comercialização de pacotes;
 - 7.1. A produção turística;
 - 7.2. O desenho do circuito turístico;
 - 7.3. A operação turística.

Metodologias de avaliação

1. Avaliação contínua:

- 1.1. Teste escrito - 40% da nota final - o aluno/a, no mínimo, deve obter 7,5 valores para permanecer em avaliação contínua;
- 1.2. Trabalho prático #1 (em grupo) - equivale a 40% da nota final em avaliação contínua;
- 1.3. Trabalho prático #2 (individual) - a realizar na sala de aula - equivale a 20% da nota final em avaliação contínua.

2. Época de Exames:

- 2.1. A classificação no exame escrito equivale a 100% da nota para os alunos que não participaram na avaliação contínua.

2.2. Para o caso dos alunos que participaram na avaliação contínua e reprovaram, mas cujos trabalhos obtiveram aproveitamento, estes serão contemplados na avaliação final (contam 60% da nota final), desde que os alunos sejam classificados, pelo menos, com 7,5 valores no exame escrito (que assim contará em 40% para a sua nota final).

Software utilizado em aula

GALILEO

Estágio

N/A

Bibliografia recomendada

- Archer, J. (2003). *Manual of Travel Agency Practice* Oxford: Butterworth-Heinemann
- Abranja, N. e Magalhães, C. (2018). *Gestão de Agências de Viagens e Turismo* Lisboa: Lidel
- Chan, N. (2011). *Circuitos turísticos - Programación y Cotización*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas de Mario Banchik
- Holland, J. e Leslie, D. (2017). *Tour Operators and Operations* Wallingford: CABI

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

A disciplina fornece conceitos e teorias relacionados com as funções das agências de viagem e operadores turísticos assim como conteúdos que permitem que o aluno compreenda o papel destes intermediários na cadeia turística. Numa abordagem mais prática, são fornecidos conteúdos mais operacionais como elaboração e venda de pacotes turísticos e operacionalização dos sistemas.

Metodologias de ensino

As aulas teórico-práticas terão como finalidade munir o aluno com ferramentas e conhecimentos essenciais à atividade específica das agências de viagens e turismo, assim como capacitar o aluno no Software Galileo.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Os conteúdos conceptuais e teóricos além de prepararem o aluno para compreender o papel dos intermediários turísticos, dão suporte à utilização dos sistemas, elaboração e venda de pacotes turísticos. Por fim, estes conteúdos mais operacionais, complementam os objectivos da disciplina permitindo que os alunos adquiram habilidades e competências operacionais no âmbito da distribuição.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

N/A

Programas Opcionais recomendados

N/A

Observações

Docente responsável
