

Lançamos pontes para o seu **futuro**

Curso Gestão Turística



Nome do Curso

Gestão Turística

Objetivos do Curso

O curso de Gestão Turística pretende proporcionar uma perspetiva global da atividade turística.

A maior parte dos cursos de turismo centram-se quase exclusivamente na atividade de hotelaria, não permitindo ver o alcance global deste setor, na sua vertente quer económica, quer social, nem perceber onde ele se inicia e quais as suas fronteiras, que vão muito além da mera oferta hoteleira.

Esta abordagem global da atividade turística permite perceber a sua relevância económica mais abrangente, e consequentemente abrir rumos a novas oportunidades de negócio na área turística, não cingidas apenas à oferta hoteleira, permitindo identificar muitas outras possibilidades de negócio turístico, frequentemente de menor investimento, com menor concorrência e com excelentes perspetivas de rentabilidade.

Os formandos ficarão assim com uma noção global do ciclo do negócio do turismo, do ponto inicial ao ponto final, não se cingindo, como é habitual em curso de turismo, num segmento apenas.

Com esta formação, os potenciais empreendedores na área do turismo poderão identificar a área que melhor se adequará aos seus objetivos, possibilitando-lhes mesmo eventualmente descobrirem áreas potenciais de negócio que porventura nem saberiam existirem, ou não terem a noção da sua real relevância na cadeia de valor do setor, abrindo-lhes assim novas oportunidades de negócio.

Sendo o turismo uma das principais atividades económicas a nível mundial, e sendo Portugal um mercado muito relevante mesmo no contexto global, com uma diversidade enorme de oferta turística, esta formação é muito oportuna para o nosso mercado e para os nossos empresários e empreendedores.

Destinatários

Este curso destina-se a todos os que se interessem pela atividade turística, quer como operadores, quer como empreendedores.

É fundamental para quem deseje iniciar um negócio neste setor de atividade, pois permite ter uma perspetiva global e integrada do negócio turístico, permitindo-lhe identificar onde se poderão melhor adaptar as suas competências, ou a área onde a sua capacidade de investimento (seja financeira, seja de *know how*) melhor se adegue.

É igualmente importante para aqueles que, estando já no setor, seja como empresários, dirigentes, técnicos de turismo ou trabalhadores (quer especializados, quer indiferenciados), pretendam ter um melhor conhecimento da abrangência deste setor, permitindo-lhes identificar as melhores oportunidades na cadeia de criação de valor.

Mesmo para operadores já estabelecidos no mercado, este curso poderá abrir-lhes novas perspetivas de interligarem o seu negócio, quer a montante, quer a jusante, com outros operadores, por forma a melhorarem a experiência dos seus clientes.

Pré-requisitos

Para a frequência desta formação não são exigidos pré-requisitos especiais.

O curso é aberto a qualquer participante, sendo todavia recomendável (mas não condição exclusiva) ter como base a frequência do ensino secundário.

Perfil dos Formadores

Como é norma nos cursos do INEPI, os formadores conjugam uma relevante formação académica com uma experiência profissional prática e efectiva, sendo profissionais da área, com um conhecimento muito directo e prático das necessidades profissionais com que os formandos se confrontarão no mercado de trabalho.

Estruturação Pedagógica do Curso

O curso tem uma estrutura linear, sendo ministrado de forma contínua e sequencial.

Perfil de Competências

No final do curso os formandos terão adquirido conhecimentos que lhes permitirão compreender como funciona o setor económico do turismo, numa perspetiva verticalizada, isto é, desde a emissão dos mercados de turismo até à operacionalização junto do cliente final.

- Compreender o que é o turismo enquanto atividade económica
- Identificar os vários tipos de turismo
- Identificar os diversos tipos de público alvo
- Conhecer as diversas atividades ligadas ao turismo e a sua interligação
- Ficar com um conhecimento integrado do marketing direcionada à hotelaria e turismo
- Identificar oportunidades de negócio no setor do turismo

Saídas Profissionais

No final do curso, os formandos poderão dedicar-se a qualquer atividade ligada ao setor do turismo, numa ótica de gestão global e organizacional.

Assim, poderão iniciar-se na atividade turística enquanto empreendedores por conta própria, ou colaborar em qualquer empresa do setor.

Certificações

No final do curso o formando terá direito a um certificado de formação profissional, nos termos da legislação em vigor.

O curso não confere grau académico.

Metodologia Pedagógica

O curso adopta, na sua parte teórica, uma metodologia expositiva. No entanto, privilegia-se fundamentalmente a perspetiva prática, com o recurso a muitos trabalhos práticos e casos de estudo.

Meios e Recursos Didáticos

O curso decorrerá em sala, com recurso a suportes audiovisuais.

Os materiais consumíveis são, em qualquer curso, da responsabilidade dos formandos. No entanto, ao nível de consumíveis, este curso não exigirá o dispêndio de montantes significativos.

A bibliografia eventualmente recomendada, ou meios técnicos que o formando possa utilizar na sua vida profissional pós-curso, não são considerados como consumíveis, pelo que o seu custo não é considerado para a estimativa acima referida.

Por norma, qualquer documentação fornecida pelo INEPI, para apoio à formação, é disponibilizada em formato digital. Se o formando a pretender na forma impressa (em papel), o custo desse serviço ser-lhe-á debitado.

Critérios de Avaliação

A avaliação resulta, basicamente, de 2 vertentes: uma, a “avaliação contínua”, põe em equação factos como a assiduidade, pontualidade, participação activa nas aulas, e execução de trabalhos determinados pelos formadores, em aula ou em casa, individuais ou de grupo, consoante o seu próprio critério.

Por outro lado, é realizado um teste final escrito que, em conjunto com a avaliação contínua, dará a medida da qualificação atribuída ao aluno no final do curso.

A escala de avaliação utilizada é de 0 a 20.

Condições do Curso

A duração do curso é de 60 horas.

As condições quanto a horários disponíveis, preços e condições de pagamento são as que, à data, constarem da tabela de condições dos cursos, do INEPI. Esta informação é fornecida directamente pela Secretaria.

As condições contratuais são as constantes no Regulamento Interno do INEPI (disponível na Secretaria do INEPI e no site www.inepi.pt).

Versão do Referencial: V.6

Porquê estudar no INEPI?

O INEPI – Instituto de Ensino Profissional Intensivo é uma instituição privada criada em 1981, dedicada exclusivamente à formação profissional.

Ao longo destas décadas, o INEPI tem-se afirmado como uma instituição de referência neste setor, tanto em Portugal, como nos mercados internacionais de língua portuguesa, em particular nos PALOP.

O INEPI teve também desde sempre uma forte presença no chamado mercado *corporate*, que são os serviços de formação contratados directamente pelas empresas, organizações e organismos públicos, o que nos tem possibilitado uma forte ligação ao mercado empresarial e à realidade do mercado de trabalho.

A principal característica diferenciadora do INEPI é a forte incidência prática das suas formações. De facto, o INEPI não concorre com instituições académicas, pois não é esse o seu objetivo, mas antes complementa a formação académica com a formação prática, num sentido muito direccionado à realidade laboral.

Numa época em que vivemos submergidos pelo excesso de informação, onde o grande conhecimento é a capacidade de captar o essencial e abdicar do acessório, também na nossa vida profissional – incluindo a preparação técnica – cada vez mais os melhores profissionais são aqueles que têm a capacidade de se focarem naquilo que é essencial e realmente

necessário para um bom desempenho de uma tarefa, não desperdiçando o seu tempo com conceitos, pormenores ou preciosismos que apenas retardam o seu desempenho.

Essa é pois a grande mais-valia da formação oferecida pelo INEPI: focamo-nos apenas no que é realmente essencial, e que tem aplicação direta à prática profissional.

Para tal, preparamos os melhores programas de formação, recorrendo aos melhores profissionais. Essa é a outra face da mesma moeda: apenas recorrendo a formadores que realmente trabalham diariamente em contexto real é que podemos oferecer essa perspetiva prática nas nossas formações.

Também o facto de realizarmos constantemente projetos formativos dentro das próprias empresas e organizações nos permite uma grande sensibilidade face às necessidades concretas do mercado.

Os nossos formadores não são pois académicos (sem desprimor algum para quem dedica a sua vida à investigação e ao ensino), mas são profissionais que complementam a sua atividade profissional diária com o gosto pela formação e o prazer de ensinar, e que por isso estão realmente próximos do contexto real de trabalho, e totalmente focados na perspetiva prática das matérias e nas necessidades reais e objetivas das empresas e organizações.

Por essa razão, os conteúdos das nossas formações estão em constante atualização, por forma a refletir sempre o que está a ser feito hoje mesmo no contexto real do mundo empresarial.

Também a grande interatividade do INEPI com o mercado, através de parceiras, protocolos, clientes empresariais, reconhecimentos, etc., garante aos nossos formandos uma grande facilidade de ligação e inserção no mercado laboral.

No INEPI, lançamos pontes para o seu futuro!

Conteúdo Programático

1. Noções gerais de Turismo
 - 1.1. Conceito geral de turismo
 - 1.2. Breve história do turismo enquanto atividade económica
 - 1.3. A OMT – Organização Mundial de Turismo
2. Classificações e principais tipos de turismo
 - 2.1. Turismo de praia
 - 2.2. Turismo de montanha
 - 2.3. Turismo de natureza (passeios, safaris, ornitologia, observação de cetáceos, etc.)
 - 2.4. Turismo cultural (museus, monumentos, arquitetura, história, gastronomia, etc.)
 - 2.5. Turismo recreativo (parques temáticos, casinos, etc.)
 - 2.6. Turismo de aventura
 - 2.7. Turismo de desporto
 - 2.8. Turismo de mergulho recreativo
 - 2.9. Turismo religioso
 - 2.10. Turismo de saúde
 - 2.11. Turismo juvenil (viagens de finalistas e similares)
 - 2.12. Turismo de negócios (congressos, seminários, feiras, etc.)
 - 2.13. Turismo náutico de cruzeiros
 - 2.14. Turismo de experiências (provas de vinhos, passeios de balão, *spas*, *rafting*, experiências gastronómicas, etc.)
 - 2.15. Outros tipos de turismo (Interrail, autocaravanismo, *surf-trips*, e outros)
3. Tipos de público
 - 3.1. Turismo de massas

- 3.2. Turismo exclusivo
- 3.3. Outros
- 4. Modalidades base de turismo
 - 4.1. Turismo organizado
 - 4.2. Turismo individual ou não organizado
- 5. Operadores turísticos
 - 5.1. Agências de viagens
 - 5.2. Agentes de hotelaria e hospedagem
 - 5.3. Operadores de animação turística (eventos, *tours*, excursões, experiências, espetáculos, etc.)
 - 5.4. Guias de turismo
 - 5.5. Agências de aluguer de transportes
 - 5.6. Companhias aéreas
 - 5.7. Outros operadores
- 6. Hotelaria
 - 6.1. A relevância da oferta de hotelaria e alojamento no turismo
 - 6.2. Tipos de alojamento
 - 6.2.1. Hotéis
 - 6.2.1.1. Tipos e categorias de hotéis
 - 6.2.2. Hostels
 - 6.2.3. Plataformas de alojamento particular
 - 6.2.4. Parques de campismo e caravanismo
 - 6.2.5. Resorts
 - 6.2.6. Outros
- 7. A importância fundamental da logística integrada na operação turística
 - 7.1. Transportes
 - 7.2. Alojamento
 - 7.3. Serviços de apoio ao turista
 - 7.4. Diversidade e disponibilidade de oferta de experiências
 - 7.5. Outros abastecimentos diversos
 - 7.6. Interação com outros operadores com oferta complementares, a montante ou a jusante
- 8. A Qualidade no serviço turístico – onde se ganha o cliente e o mercado
 - 8.1. Focar o negócio na satisfação do cliente
 - 8.2. A atenção às idiosincrasias do cliente turista em função da sua origem geográfica, social e cultural
 - 8.3. Estabelecer uma relação com o cliente
 - 8.4. Avaliação da satisfação do cliente
 - 8.4.1. Modelos e ferramentas para avaliação da satisfação do cliente
 - 8.4.2. Perceber a diferenciação entre a qualidade oferecida e qualidade percebida pelo cliente
 - 8.5. Avaliação interna de Qualidade: avaliação contínua, auditorias, cliente-surpresa, formação contínua, auscultação dos colaboradores, etc.
 - 8.6. Certificações de Qualidade gerais e específicas na Hotelaria e Turismo
 - 8.7. Prémios, certificações, distinções, opinião de ex-clientes
- 9. Os Recursos Humanos na Hotelaria e Turismo: o factor fundamental
 - 9.1. A importância dos RH no sucesso da Hotelaria e Turismo: uma atividade de pessoas para pessoas
 - 9.2. Gestão de RH em Hotelaria e Turismo
 - 9.2.1. Definição de funções
 - 9.2.2. Sistemas de progressão
 - 9.2.3. Definição de sistema remuneratório
 - 9.2.4. Modalidades de minimização do impacto dos horários em hotelaria e turismo na vida pessoal dos colaboradores

- 9.2.5. Retenção de valor em RH: prémios de produtividade, valorização profissional, gestão de carreiras
 - 9.3. Processo de seleção
 - 9.4. Formação de base
 - 9.5. Formação contínua, formação *on job, coaching, team building*
 - 9.6. A criação de equipas coesas, focadas e motivadas
 - 9.7. A estabilidade dos RH: captar e manter as pessoas
 - 9.8. Processos de avaliação contínua e formação
 - 9.9. O recurso a serviços externos (outsourcing)
10. Marketing estratégico em Hotelaria e Turismo
- 10.1. Fatores a ter em conta na definição do *target* de mercado
 - 10.1.1. Opção estratégica: pretendemos adequar a nossa oferta à procura ou antes selecionar a procura em função da nossa oferta?
 - 10.1.2. Capacidade económica do público-alvo
 - 10.1.3. Tipo de turista: turismo familiar, de grupos, individual / casais, de negócios, etc.
 - 10.1.4. Âmbito geográfico de angariação de clientes
 - 10.1.5. Adequação da oferta ao tipo de gostos ou tendências do cliente-alvo
 - 10.1.6. Outros aspetos a considerar para o sucesso da oferta
 - 10.1.7. A Marca: criação, expansão e manutenção da imagem distintiva do negócio
 - 10.2. Divulgação do produto
 - 10.2.1. Canais de comunicação, marketing e publicidade
 - 10.2.2. A relevância crucial do Marketing Digital no negócio de Hotelaria e Turismo
 - 10.2.3. Estudos de mercado
 - 10.3. A análise da avaliação da satisfação do cliente: um cliente satisfeito é a melhor ferramenta de marketing
 - 10.4. O *benchmarking* em Turismo e Hotelaria
11. Análise de dados em Hotelaria e Turismo
- 11.1. Recolha de dados
 - 11.2. Análise estatística
 - 11.3. Análise previsional
 - 11.3.1. Em função de fatores endógenos
 - 11.3.2. Em função de fatores exógenos
12. Responsabilidade social da atividade turística
- 12.1. Integração e interação da atividade turística no meio social local
 - 12.2. Minimização dos impactos sociais e culturais da atividade
 - 12.3. Criação de mais-valias para a região onde se integra
 - 12.4. Responsabilidade pela sustentabilidade ambiental