

Operações Técnicas em Empresas Turísticas – 12.ºano

Crítérios Evidências de:	Domínios	Organizador Domínio / Tema / Blocos / Módulos	Perfil de aprendizagens específicas Descritores de desempenho O aluno					Processos de recolha de informação	
			V	IV	III	II	I	Técnicas	Instrumentos
			é capaz de:	nem sempre é capaz de:		não é capaz de:			
Conhecimento ACPA (A, B, D, F, I) Conhecedor Investigador Criativo Crítico Sistematizador Autoavaliador Resolução de problemas ACPA (A, B, C, D, F, I) Conhecedor Questionador Investigador Sistematizador Crítico/ Analítico Criativo Autoavaliador	Rigor científico/ Rigor linguístico 35% Criatividade, Reflexão e Inovação 15%	Módulo 9 Empresas de Animação Turística e Desportiva	<ul style="list-style-type: none"> - Entender o conceito de animação, a sua importância e a sua aplicação no turismo. - Conhecer a diversidade de atividades de animação turística, a sua aplicabilidade a cada situação, considerando os objetivos, os destinatários, as estratégias, e os respetivos requisitos humanos e materiais para a sua implementação - Compreender a valorização cultural e turística dos lugares, dos sítios históricos e dos espaços patrimoniais numa perspetiva de utilidade pública. - Conhecer e adquirir conhecimentos que estimulem o desenvolvimento de atividades desportivas e recreativas com o objetivo de complementar o produto turístico da região em que se inserem - Utilizar competências teóricas e técnicas em atividades desportivas e de animação que lhes permitam trabalhar nestas empresas - Reconhecer a importância do animador turístico/desportivo como complemento indispensável à sustentabilidade e desenvolvimento da atividade turística. 					Testagem Análise de conteúdo Observação	Teste de avaliação Fichas Formativas Trabalho de projeto Relatório Portefólio digital Grelhas de observação
		Módulo 10 Princípios básicos de organização e gestão de eventos	<ul style="list-style-type: none"> - Definir eventos especiais. - Reconhecer as motivações que levaram à evolução dos eventos especiais no contexto da actividade turística. - Compreender o crescimento de empresas de eventos ee da indústria de eventos. - Distinguir os diferentes tipos de eventos especiais. - Reconhecer os atributos e utilizar os conhecimentos necessários para a gestão de um evento: o marketing dos eventos. Conhecer as técnicas de planeamento, orçamentação e logística associados à organização de eventos. 						

<p>Comunicação ACPA (A, B, D, E, F, H, J)</p> <p>Conhecedor Crítico/ Analítico Sistematizador Autoavaliador</p>	<p>Comunicação Participação</p> <p>20%</p>	<p>Módulo 11 Operações Técnicas em Empresas de Animação e Organização Turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver competências técnicas ao nível da organização, gestão e funcionamento de uma empresa de animação turística. - Enumerar os métodos para as tarefas de programação. - Identificar a legislação do setor acerca de gestão e dos riscos. - Adequar o tipo de atividades e os recursos necessários à satisfação da procura turística tendo em conta a faixa etária e os níveis socioculturais diversificados. - Planificar a orçamentação de um projeto de animação turística. 	<p>Inquérito</p>	<p>Diálogos</p> <p>Apresentação oral</p>
<p>Relacionamento Interpessoal ACPA (E, F, G, J)</p> <p>Participativo/ Colaborador Cuidador de si/do outro Responsável Autoavaliador</p>	<p>Autonomia, Desenvolvimento pessoal e relações Interpessoais</p> <p>30%</p>	<p>Módulo 12 Marketing Territorial e Empresarial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reconhecer a importância do marketing territorial e empresarial no contexto da indústria turística. - Conhecer os conceitos de marketing territorial estratégico e operacional. - Reconhecer e utilizar as ferramentas do marketing estratégico e operacional. - Adaptar as ferramentas do marketing Estratégico e operacional à problemática do marketing dos lugares. - Enquadrar o marketing como atividade de auscultação do cliente. - Utilizar o marketing empresarial como metodologia de aferição do grau de satisfação do cliente, determinando os pontos fortes e pontos fracos do serviço prestado. - Compreender os conceitos essenciais de pesquisa de marketing territorial e operacional. - Identificar as principais perspetivas de análise dos processos de comunicação territorial por forma a identificar os processos de comunicação, as necessidades e os comportamentos das pessoas e organizações. 		

A - Linguagens e textos | B - Informação e comunicação | C - Raciocínio e resolução de problemas | D - Pensamento crítico e pensamento criativo | E - Relacionamento interpessoal | F - Desenvolvimento pessoal e autonomia | G - Bem-estar, saúde e ambiente | H - Sensibilidade estética e artística | I - Saber científico, técnico e tecnológico | J - Consciência e domínio do corpo
PA - Perfil dos Alunos | ACPA - Áreas de Competências do Perfil dos Alunos