

**COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES
INTERPESSOAIS EM CONTEXTO TURÍSTICO**



Aprendizagem
ao Longo da Vida

ÍNDICE

O Que É uma Microcredencial?

1. Duração

2. ECTS

3. Sinopse

4. Destinatários

5. Condições de Acesso

6. Pré-requisitos

7. Objetivos de Aprendizagem

8. Competências a Adquirir

9. Conteúdos

10. Bibliografia

11. Metodologia

12. Avaliação

13. Formadora

14. Coordenação Científica

O QUE É UMA MICROCREDENCIAL?

Segundo a Comissão Europeia¹, “microcredenciais” são qualificações que certificam resultados de aprendizagens resultantes de cursos curtos ou de módulos, tendo em vista a requalificação e atualização profissional de cada um.

Estas qualificações podem ser obtidas pelos cidadãos com diversas modalidades de aprendizagem, presencial, a distância online ou mista.

Seja qual for o regime ou forma como são obtidas as qualificações, a Comissão Europeia vê nas microcredenciais uma oportunidade de aprendizagem flexível e inclusiva, no contexto dos sistemas de ensino e formação europeus e uma nova forma de acreditação adequada a diferentes necessidades.

Estas qualificações, por norma de curta duração, serão essencialmente úteis para quem pretende complementar o seu conhecimento e competências ou para quem pretende requalificar-se, procurando novas oportunidades no mercado de trabalho.

Na sua essência as microcredenciais assentam e dão resposta ao conceito e à prática de uma “aprendizagem ao longo da vida”.

Palavras-chave: Comunicação; Relações interpessoais; Profissional de turismo; Tendências em turismo.

1. DURAÇÃO

N.º de semanas: 6

2. ECTS

Número de ECTS: 2 | 52 horas

3. SINOPSE

Num setor onde a experiência do cliente é determinante, a comunicação eficaz assume um papel central no sucesso das organizações turísticas. Esta microcredencial visa desenvolver competências interpessoais essenciais para profissionais que atuam no atendimento ao público em contextos turísticos.

Ao longo de dois módulos, os formandos irão explorar técnicas de comunicação verbal e não verbal, empatia intercultural, escuta ativa e estratégias de gestão da relação com o cliente. A abordagem prática e orientada para o cliente turístico permite melhorar a

¹ Comissão Europeia, Uma abordagem europeia das Microcredenciais [online]. Disponível em: <<https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9237-2022-INIT/en/pdf>> [citado em 24/09/2024].

qualidade do serviço, reforçar relações de confiança e contribuir para experiências memoráveis.

Esta formação é especialmente relevante para profissionais das áreas do Turismo, Hotelaria, Restauração, Animação turística e Serviços de apoio ao visitante.

4. DESTINATÁRIOS

São destinatários desta microcredencial:

1. Pessoas de qualquer área de formação técnica/científica que pretendam aprofundar o seu conhecimento nas áreas do relacionamento profissional assertivo e positivo, nomeadamente no sector do turismo;
2. Estudantes com ensino secundário completo (12.º ano) e universitários;
3. Profissionais que estejam direta ou indiretamente ligados a áreas do Turismo, ONG'S, Autarquias, Juntas de freguesia, Associações, entre outras.

5. CONDIÇÕES DE ACESSO

Este curso rege-se pelo Regulamento da oferta educativa da Universidade Aberta. Pode candidatar-se a este curso:

- a) Titulares que tenha obtido, no mínimo, o grau de ensino secundário completo (12.º ano de escolaridade) ou equivalente.
- b) Titulares de residência fiscal em Portugal, durante a frequência da formação.

6. PRÉ-REQUISITOS

Tratando-se de um curso de ensino a distância na modalidade de e-learning, a sua frequência exige que as/os candidatas/os tenham acesso a computador com ligação à Internet e possuam conhecimentos de informática, na ótica do utilizador, incluindo de navegação na Internet. É também recomendável a competência de leitura de textos noutros idiomas.

7. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- a) Reconhecer a importância da comunicação eficaz no acolhimento e atendimento ao cliente turístico;
- b) Aplicar técnicas de comunicação verbal e não verbal adequadas ao contexto profissional do turismo;
- c) Demonstrar empatia e respeito pelas diferenças culturais nas interações com

turistas;

- d) Identificar e evitar percepções erradas e juízos de valor que possam comprometer a qualidade do serviço;
- e) Transmitir e receber informações de forma clara, estruturada e orientada para a satisfação do cliente;
- f) Utilizar a escuta ativa para compreender as necessidades, preferências e expectativas dos clientes;
- g) Reformular mensagens para clarificar ou validar informações recebidas;
- h) Formular perguntas pertinentes, adaptadas a diferentes situações e perfis de turistas;
- i) Reforçar a relação de confiança com os clientes através de atitudes profissionais e coerentes;
- j) Valorizar os pequenos detalhes da comunicação que contribuem para uma experiência turística positiva e memorável.

8. COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR

- a) Estabelecer uma comunicação eficaz e profissional com turistas, adaptando a linguagem verbal e não verbal ao contexto e ao perfil do cliente;
- b) Criar um ambiente de acolhimento e confiança, promovendo uma experiência positiva desde o primeiro contacto;
- c) Aplicar técnicas de comunicação empática, respeitando diferenças culturais, sociais e linguísticas;
- d) Reconhecer e evitar juízos de valor e percepções pré-concebidas no relacionamento com o cliente turístico;
- e) Dar e receber informações de forma clara, estruturada e orientada para a satisfação do cliente;
- f) Utilizar a escuta ativa para compreender as necessidades, preferências e expectativas dos turistas;
- g) Reformular mensagens para clarificar ou validar informações, minimizando mal-entendidos;
- h) Aplicar técnicas de questionamento adequadas à situação para recolher informação útil e personalizar o atendimento;
- i) Reforçar a relação de confiança com o cliente turístico através de atitudes coerentes, respeitosas e profissionais;
- j) Identificar e aplicar os detalhes de comunicação que contribuem para uma experiência turística memorável e de excelência.

9. CONTEÚDOS

MÓDULO 1: COMUNICAÇÃO EFICAZ NO ATENDIMENTO TURÍSTICO:

- Criar um ambiente acolhedor para o cliente turístico;
- Utilizar uma comunicação empática e culturalmente adequada;
- Compreender a percepção e evitar juízos de valor no contacto com turistas;
- Dar e receber informações de forma clara e orientada para o cliente.

MÓDULO 2: TÉCNICAS DE RELAÇÃO INTERPESSOAL NO TURISMO:

- Escutar ativamente o cliente turístico;
- Reformular para clarificar ou validar informações;
- Fazer perguntas adequadas a cada situação e perfil do turista;
- Reforçar a relação de confiança com o cliente;
- Detalhes de comunicação que contribuem para a excelência e satisfação no serviço turístico.

10. BIBLIOGRAFIA

Azevedo, Lemos de Comunicar com Assertividade Edições I.E.F.P., 1996.

Black, Ken and Kate Assertiveness at Work – A practical guide to handling awkward situations. MacGraw Hill Book Co., 1982.

Cohen A. R., Fink S. L. Comportamento Organizacional – Conceitos e Estudos de Casos – Editora Campus , 2003 .

Covey, Stephen R. “O 8º Hábito – da eficácia à grandeza”, Editora Campus, 2005.

Cunha, M.P., Rego, A., Cunha, R.C., Cardoso, C.C., Manual de Comportamento Organizacional e Gestão – RH Editora, 2003.

Ferreira, J.M.C., Neves, J. & Caetano, A. Manual de psicossociologia das organizações. McGraw-Hill, 2001.

Ferreira, José Maria Assis, Gestão do Turismo Edições Sílabo 2007 (1ª edição).

Haynes, Marion E. “Gestão do Tempo”, Coleção Monitor, 2004.

Lloyd, Sam L. Desenvolvimento em Assertividade – Técnicas práticas para o sucesso pessoal. Monitor 1993.

Ochsner, Martin, “Técnicas Individuais de Trabalho”, Coleção Monitor, 1993.

Silva, Daniela e Ferreira, Cristina Comportamento Organizacional no Turismo Editora Lidel, 2017.

“Saber Estar e Empatia no Setor Turístico: O Impacto no Serviço ao Cliente” – Revista de Turismo e Hospitalidade.

11. METODOLOGIA

Este curso será lecionado em português. As atividades de ensino-aprendizagem são realizadas em regime de ensino a distância, em ambiente completamente virtual com recurso a uma plataforma de *e-learning*. O curso é antecedido por **um módulo inicial de Ambientação Online** com a duração de uma semana, com o objetivo de permitir que as/os estudantes se familiarizem com o ambiente de trabalho da Plataforma AbERTA da Universidade Aberta e adquiram competências fundamentais de comunicação online e competências sociais necessárias à construção de uma comunidade de aprendizagem virtual.

Nesta microcredencial é adotado o Modelo Pedagógico Virtual da Universidade Aberta, o qual se orienta pelos seguintes princípios:

- **Ensino centrado no estudante**, o que significa que ele é ativo e responsável pela construção de conhecimento.
- **Ensino baseado na flexibilidade de acesso à aprendizagem** (conteúdos e atividades), o que significa a ausência de imperativos temporais ou espaciais. Este princípio concretiza-se na primazia da comunicação assíncrona, o que permite a não-coincidência de espaço e não-coincidência de tempo, já que a comunicação e a interação se processam à medida que é conveniente para o estudante, possibilitando-lhe tempo para ler, processar a informação, refletir, dialogar e interagir.
- **Ensino baseado na interação diversificada quer entre estudante-docente quer entre estudante-estudante, quer ainda entre o estudante e os recursos**. Este princípio concretiza-se em dispositivos de comunicação variados que o docente planeia e concebe de acordo com a sua estratégia pedagógica.
- **Ensino promotor de inclusão digital**, entendida como a facilitação da utilização das Tecnologias de Informação e da Comunicação, como também o desenvolvimento de competências para a análise e produção de informação digital.

Estes princípios são implementados com recurso a dois elementos fundamentais no processo de aprendizagem:

A TURMA VIRTUAL – A/O estudante integra uma turma virtual onde têm acesso as/os professoras/es do curso e as/os restantes estudantes. As atividades de aprendizagem ocorrem neste espaço e são realizadas online, agregando uma série de recursos, distribuídos por diversos momentos de trabalho coletivo e pela interação entre professor(a)-estudante e estudante-estudante. A comunicação é essencialmente assíncrona e, por isso, baseada na escrita. No processo de aprendizagem, e quando se justifique, podem ainda ser utilizados instrumentos

de comunicação síncrona, como a videoconferência, com recurso à plataforma Colibri.

O CONTRATO DE APRENDIZAGEM – O/A professor(a) de cada unidade curricular propõe à turma um contrato de aprendizagem, no qual está definido um percurso de trabalho para o semestre letivo, apoiando-se na autoaprendizagem e na aprendizagem colaborativa entre estudantes. Com base nos materiais de aprendizagem disponibilizados ou indicados na bibliografia, o/a professor(a) da unidade curricular organiza e delimita os períodos de autoaprendizagem e reflexão individual, os quais são seguidos pela realização de atividades e períodos de interação diversificada na turma virtual.

12. AVALIAÇÃO

Esta microcredencial adota o modelo de avaliação contínua, sendo a classificação final dos formandos o resultado do trabalho desenvolvido ao longo do curso, nomeadamente, a participação ativa nos fóruns e a realização de atividades de avaliação propostas. Assim, a avaliação decorrerá da participação efetiva nas atividades formativas de carácter individual (leitura dos recursos disponibilizados, trabalhos escritos) e nas atividades formativas de carácter colaborativo (interação entre os formandos e docentes, partilha de leituras e conhecimentos, participação nos fóruns de discussão).

Espera-se ainda que os formandos apresentem um trabalho final individual acerca do tema abordado na formação. A classificação final resulta, como tal, da avaliação dos seguintes elementos e critérios:

- Presença e participação nas atividades propostas – 30%;
- Trabalho final – 70%.

Assim, a avaliação final do módulo é atribuída pela média simples numa escala de 0 a 10 valores. A classificação final do curso traduz a média da avaliação obtida nos módulos, expressa na escala de 0 a 20 valores. A conclusão da formação com aproveitamento está sujeita à obtenção de uma nota final igual ou superior a 9,5 valores.

13. FORMADORA

Carolina Rodrigues

Licenciada em Ciências da Comunicação – Vertente Jornalismo – Universidade Autónoma de Lisboa.

Consultora/Formadora na PTC-Paula Tomás Consultores, Lda.; E-Formadora desde 2024 tem vindo a monitorar ações de formação inicial de formadores em b-learning para

obtenção do CCP; Coach Certificado pelo Instituto de Ciências Comportamentais e de Gestão – Lisboa; Formadora especialista na área do desenvolvimento Pessoal.

ORCID | [0009-0000-9067-8621](https://orcid.org/0009-0000-9067-8621)

14. COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

António Eduardo Martins

Doutorado em Gestão/Comportamento Organizacional pela Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UL). É licenciado e mestre em Gestão pelo Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE). É ainda Mestre em Economia pela Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Concluiu estudos de pós-graduação em Relações Internacionais no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP/UTL) e em Estudos Europeus no Instituto Superior de Economia e Gestão (ISEG/UTL). Professor do Ensino Superior Público de nível universitário. Especialista em Gestão do Conhecimento, Gestão Estratégica, Planeamento e Economia Financeira. Experiência profissional como Administrador, Diretor Executivo, Diretor Financeiro, Diretor de Recursos Humanos e Diretor de Estratégia e Planeamento. Investigador nas áreas da Gestão Estratégica, Capital Intelectual e Gestão do Conhecimento, Turismo, Recursos Humanos e Contabilidade.

Publicou vários artigos em revistas científicas e é autor de publicações nas áreas de gestão de recursos humanos, finanças e contabilidade.

CIENCIA ID | [6E13-2B87-A246](https://ciencia.id/6E13-2B87-A246)

ORCID | [0000-0002-0830-7483](https://orcid.org/0000-0002-0830-7483)

José António Ferreira Porfírio

Professor Associado da UAb; Diretor do Departamento de Ciências Sociais e Gestão da mesma universidade; Co-coordenador do grupo Gestão, Empreendedorismo e Governance para o Desenvolvimento do Centro de Estudos Globais da UAb. É licenciado, desde 1990, em Organização e Gestão de Empresas pelo ISEG onde obteve também, em 1993, o grau de Mestre em Matemática Aplicada à Economia e à Gestão. Em 2005 doutorou-se em Gestão, na Especialidade de Estratégia, pela Universidade Aberta. É consultor das Nações Unidas no programa TrainForTrade, da UNCTAD, para formação em Comércio Internacional. Na UAb lecionou várias Unidades Curriculares da área da Gestão Financeira, da Gestão Estratégica e da Integração Europeia. Desde 2005 é responsável pelas disciplinas da área de Estratégia do Mestrado em Gestão/MBA, tendo sido coordenador deste Mestrado de 2007 até 2009. Para além da atividade docente, tem desenvolvido investigação na área da Estratégia, dos Sistemas de Informação e

do Desenvolvimento Regional, com várias publicações sobre estes assuntos. Até 2008 exerceu várias funções como consultor e quadro em empresas do sector financeiro, industrial, imobiliário e de formação.

CIENCIA ID | [691A-62DE-BF75](#)

ORCID | [0000-0001-9551-9531](#)

