

**Aviso n.º 10227/2016**

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que, por meu despacho de 23 de julho de 2015, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Desenvolvimento de Produtos Turísticos pelo Instituto Superior de Administração e Gestão.

2 de agosto de 2016. — O Diretor-Geral do Ensino Superior, Prof. Doutor João Queiroz.

## ANEXO

- 1 — Estabelecimento de ensino superior  
Instituto Superior de Administração e Gestão
- 2 — Curso técnico superior profissional  
T255 — Desenvolvimento de Produtos Turísticos
- 3 — Número de registo  
R/Cr 290/2015
- 4 — Área de educação e formação  
812 — Turismo e Lazer
- 5 — Perfil profissional  
5.1 — Descrição geral

Construir, desenvolver, promover e comercializar diferentes serviços e produtos turísticos em empresas turísticas e outros organismos do setor que efetuem operações turísticas diversificadas.

## 5.2 — Atividades principais

- a) Planear e organizar produtos e ou serviços turísticos no domínio das respetivas áreas técnicas de operações turísticas;
- b) Elaborar programas especiais de incentivos para organizações e *packages* à medida;
- c) Coordenar os serviços de venda de produtos e ou serviços turísticos ajustados às necessidades dos clientes;
- d) Elaborar o processo de avaliação da satisfação dos clientes com o serviço prestado, assegurando a política de qualidade de serviço da empresa;
- e) Gerir e implementar políticas e estratégias de marketing *mix* de empresas turísticas, em colaboração com os órgãos responsáveis da organização;
- f) Elaborar estudos de mercado relativos à segmentação de clientes e mercados, atendendo aos interesses, motivações e perfis dos consumidores;
- g) Elaborar métodos e técnicas de inventariação e avaliação de recursos, bem como a sua valorização e atratividade;
- h) Coordenar práticas e políticas suscetíveis de salvaguardar os fatores do bem-estar geral e a distribuição justa e equitativa dos diversos atores;
- i) Planear operações de comercialização de produtos turísticos integrados;
- j) Elaborar ações conducentes com os códigos de ética e socialmente responsáveis nas empresas turísticas;
- k) Coordenar as ações conducentes com parcerias entre agentes empresariais e institucionais, com os objetivos de qualificar os produtos e ou destinos turísticos, de forma a incrementar a competitividade dos mesmos;
- l) Elaborar e monitorizar a realização de eventos, conferências, programas de animação e programas especiais para grupos.

## 6 — Referencial de competências

## 6.1 — Conhecimentos

- a) Conhecimentos fundamentais das tendências de turismo;
- b) Conhecimentos fundamentais de língua inglesa e outra língua estrangeira (conversação fluente e conhecimentos de vocabulário técnico específico);
- c) Conhecimentos fundamentais de gestão de recursos humanos — fundamentos de liderança e gestão, *staffing*, gestão de carreiras e relações interpessoais;
- d) Conhecimentos abrangentes de contabilidade;
- e) Conhecimentos fundamentais dos princípios de gestão da qualidade dos produtos e serviços turísticos;
- f) Conhecimentos especializados das tecnologias de informação e comunicação aplicadas à gestão turística;
- g) Conhecimentos especializados da legislação turística aplicável;

h) Conhecimentos profundos do mercado turístico nacional e internacional;

i) Conhecimentos especializados das diversas tipologias, organização e funcionamento de empresas turísticas;

j) Conhecimentos fundamentais em planeamento e organização do trabalho;

k) Conhecimentos fundamentais de geografia turística;

l) Conhecimentos especializados de itinerários e circuitos turísticos;

m) Conhecimentos fundamentais de marketing, marketing *mix* e relações públicas e *branding*;

n) Conhecimentos especializados em promoção e comercialização de produtos e serviços turísticos;

o) Conhecimentos abrangentes de organização de eventos;

p) Conhecimentos fundamentais de ética e deontologia profissional;

q) Conhecimentos especializados de planeamento e gestão de empresas turísticas;

r) Conhecimentos especializados nas diversas áreas técnicas de operações turísticas;

s) Conhecimentos abrangentes de história, arte e património a nível nacional.

## 6.2 — Aptidões

a) Identificar as tendências de mudança global na procura e ou oferta turística, bem como de novos produtos e destinos turísticos;

b) Aplicar as regras gramaticais e o vocabulário técnico na utilização das línguas inglesa e outra língua estrangeira, em contexto de comunicação;

c) Conceber as diversas metodologias e técnicas adotadas à boa gestão de recursos humanos;

d) Aplicar as principais normas vigentes e técnicas e ou métodos de cálculo usados na contabilidade e ou gestão empresarial;

e) Aplicar as normas e procedimentos vigentes indispensáveis aos sistemas de gestão da qualidade;

f) Identificar e operacionalizar com os principais sistemas operativos na ótica do utilizador no processamento, edição e tratamento de conteúdos pertinentes;

g) Aplicar a legislação do trabalho e a legislação respeitante à atividade turística;

h) Conceber métodos e técnicas de elaboração de estudos de prospeção e análise dos mercados de oferta e procura turísticos;

i) Executar os métodos e técnicas mais usadas na organização administrativa das empresas;

j) Criar, gerir e dinamizar os procedimentos adotados no âmbito da organização do trabalho;

k) Identificar e selecionar os principais destinos a nível mundial por continentes e ou regiões e países, pelo clima, diversidade de recursos turísticos, estilos vida e população;

l) Analisar, organizar e avaliar a informação e documentação técnica, com vista à elaboração de dossiês relativos aos produtos e ou serviços turísticos;

m) Definir a política de marketing de empresas turísticas relativa a produtos e serviços, preços, distribuição, promoção, publicidade e venda;

n) Definir e aplicar métodos e técnicas de promoção e venda de produtos e serviços turísticos;

o) Definir os métodos e as técnicas de planeamento e organização de eventos especiais, assegurando os meios necessários à organização de eventos;

p) Aplicar princípios éticos e deontológicos em contexto profissional;

q) Propor planos estratégicos e operacionais a curto e ou médio prazo na gestão de empresas turísticas;

r) Definir os métodos e os procedimentos adequados às operações de reserva dos produtos e serviços turísticos, tanto presencialmente, como através de diversos suportes e ou plataformas informáticas disponíveis;

s) Identificar e distinguir os diversos elementos de arte e do património monumental.

## 6.3 — Atitudes

a) Demonstrar adaptabilidade e flexibilidade a novas situações (diferentes clientes, produtos e ou serviços, contextos de trabalho e tendências de mercado);

b) Demonstrar capacidade de comunicar em língua estrangeira, a nível interno e externo à empresa, com os diferentes interlocutores;

c) Demonstrar capacidade em gestão de equipas de trabalho, fomentando o espírito de equipa e promovendo a sua motivação;

d) Demonstrar autonomia na leitura, análise e interpretação de peças de documentos contabilísticos e tomar decisões face à análise dos mesmos;

e) Demonstrar autonomia na aplicação de suportes e sistemas operativos adaptados à gestão da comunicação, planeamento e programação das diversas atividades de uma organização turística;

f) Demonstrar capacidade de iniciativa e operacionalização de planos de comunicação e *marketing-mix*;

g) Demonstrar disponibilidade de comunicação e negociação, revelando simpatia, disponibilidade e assertividade com os outros interlocutores;

h) Demonstrar capacidade de iniciativa e autonomia no processo de planeamento e organização de eventos, adaptando-se a diferentes situações e contextos;

i) Demonstrar autonomia e capacidade em agir em função de princípios éticos e deontológicos em termos pessoais e profissionais;

j) Demonstrar flexibilidade e capacidade em aplicar diversos métodos e técnicas na definição de planos estratégicos e operacionais a nível organizacional;

k) Demonstrar iniciativa e autonomia na aplicação de principais técnicas e procedimentos no âmbito da recolha, tratamento, análise e decisão dos processos subjacentes a todos os tipos de operações turísticas nas organizações;

l) Demonstrar capacidade e autonomia em interpretar diversos elementos da arte e do património monumental segundo épocas, estilo e significado;

m) Demonstrar flexibilidade, em adaptar-se a diferentes situações e contextos profissionais e evitando situações de conflito ou confronto;

n) Demonstrar autonomia e flexibilidade na resolução de problemas técnicos correntes e imprevisíveis;

o) Demonstrar inovação, flexibilidade e criatividade na resolução e antecipação de problemas ou na abordagem a situações novas;

p) Demonstrar autonomia e capacidade de persuasão de estabelecer relações estáveis com clientes, fornecedores e outros prestadores de serviços;

q) Demonstrar capacidade de organização na análise da informação sensível e pertinente;

r) Demonstrar capacidade e autonomia na gestão do tempo em função das prioridades e plano de trabalho.

## 7 — Estrutura curricular

Área de educação e formação	Créditos	% do total de créditos
812 — Turismo e Lazer . . . . .	58	48 %
222 — Línguas e Literatura Estrangeiras . . . . .	24	20 %
225 — História e Arqueologia . . . . .	10	8 %
345 — Gestão e Administração . . . . .	8	7 %
344 — Contabilidade e Fiscalidade . . . . .	6	5 %
342 — Marketing e Publicidade . . . . .	6	5 %
482 — Informática na Ótica do Utilizador . . . . .	4	3 %
380 — Direito . . . . .	4	3 %
<i>Total</i> . . . . .	120	100 %

8 — Áreas relevantes para o ingresso no curso (n.º 4 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março)

Uma das seguintes:

Economia  
Inglês  
Português

## 9 — Localidades, instalações e número máximo de alunos

Localidade	Instalações	Número máximo para cada admissão de novos alunos	Número máximo de alunos inscritos em simultâneo
Porto . . . . .	Instituto Superior de Administração e Gestão.	30	60

10 — Ano letivo em que pode ser iniciada a ministração do curso 2015-2016

11 — Plano de estudos

Unidade curricular	Área de educação e formação	Componente de formação	Ano curricular	Duração	Horas de contacto	Das quais de aplicação	Outras horas de trabalho	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)=(6)+(8)	(10)
Arte e Património . . . . .	225 — História e Arqueologia.	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	45		115	160	6
Comportamento e Ética Organizacional.	347 — Enquadramento na Organização/Empresa.	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	30		77	107	4
Gestão das Organizações . . . . .	345 — Gestão e Administração.	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	30		77	107	4
Princípios de Turismo . . . . .	812 — Turismo e Lazer. . .	Geral e científica	1.º ano	Semestral . . .	45		115	160	6
Geografia e Ordenamento em Turismo.	812 — Turismo e Lazer. . .	Técnica . . . . .	1.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Língua Espanhola I aplicada ao Turismo.	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Técnica . . . . .	1.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Língua Espanhola II aplicada ao Turismo.	222 — Línguas e Literatura Estrangeiras.	Técnica . . . . .	1.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Língua Inglesa I aplicada ao Turismo.	222 — Línguas e Literaturas Estrangeiras.	Técnica . . . . .	1.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Língua Inglesa II aplicada ao Turismo.	222 — Línguas e Literatura Estrangeiras.	Técnica . . . . .	1.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Planeamento e Desenvolvimento em Turismo.	812 — Turismo e Lazer. . .	Técnica . . . . .	1.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Tecnologias de Informação Aplicadas ao Turismo.	482 — Informática na Ótica do Utilizador.	Técnica . . . . .	1.º ano	Semestral . . .	30	21	77	107	4
História das Cidades e do Urbanismo.	225 — História e Arqueologia.	Geral e científica	2.º ano	Semestral . . .	30		77	107	4
Agências de Viagens e Operadores Turísticos.	812 — Turismo e Lazer. . .	Técnica . . . . .	2.º ano	Semestral . . .	30	21	77	107	4
Animação e Gestão de Eventos	812 — Turismo e Lazer. . .	Técnica . . . . .	2.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Contabilidade Empresarial . . . . .	344 — Contabilidade e Fiscalidade.	Técnica . . . . .	2.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6
Direito e Legislação do Turismo.	380 — Direito . . . . .	Técnica . . . . .	2.º ano	Semestral . . .	30	21	77	107	4
Marketing Turístico . . . . .	342 — Marketing e Publicidade.	Técnica . . . . .	2.º ano	Semestral . . .	45	32	115	160	6

Unidade curricular	Área de educação e formação	Componente de formação	Ano curricular	Duração	Horas de contacto	Das quais de aplicação	Outras horas de trabalho	Horas de trabalho totais	Créditos
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)=(6)+(8)	(10)
Estágio .....	812 — Turismo e Lazer ...	Em contexto de trabalho.	2.º ano	Semestral ...			800	800	30
<i>Total</i> .....					675	351	2 527	3 202	120

Na coluna (2) indica-se a área de educação e formação de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de março.

Na coluna (3) indica-se a componente de formação de acordo com o constante no artigo 13.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (6) indicam-se as horas de contacto, de acordo com a definição constante do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (7) indicam-se as horas de aplicação de acordo com o disposto no artigo 17.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março.

Na coluna (8) indicam-se as outras horas de trabalho de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (9) indicam-se as horas de trabalho totais de acordo com o constante no artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

Na coluna (10) indicam-se os créditos segundo o *European Credit Transfer and Accumulation System* (sistema europeu de transferência e acumulação de créditos), fixados de acordo com o disposto no Decreto-Lei n.º 42/2005, de 22 de fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 107/2008, de 25 de junho.

209787526

### Aviso n.º 10228/2016

Publica-se, nos termos do n.º 2 do 21.º do Decreto-Lei n.º 43/2014, de 18 de março, que:

1 — Pelo meu despacho de 23 de julho de 2015, proferido ao abrigo do n.º 1 do referido artigo do mesmo diploma legal, foi registada provisoriamente, nos termos do anexo ao presente aviso, que dele faz parte integrante, a criação do curso técnico superior profissional de Gestão de PME, pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo.

2 — O registo tornou-se definitivo em 6 de outubro de 2015.

2 de agosto de 2016. — O Diretor-Geral do Ensino Superior, *Prof. Doutor João Queiroz*.

#### ANEXO

1 — Instituição de ensino superior

Instituto Politécnico de Viana do Castelo — Escola Superior de Tecnologia e Gestão

2 — Curso técnico superior profissional

T040 — Gestão de PME

3 — Número de registo

R/Cr 292/2015

4 — Área de educação e formação

345 — Gestão e Administração

5 — Perfil profissional

5.1 — Descrição geral

Planear, implementar e dirigir as pequenas e médias empresas da região e avaliar as necessidades e tendências de mercado.

5.2 — Atividades principais

a) Participar na gestão de uma PME;

b) Participar nas áreas de contabilidade e gestão financeira de uma PME;

c) Gerir os recursos humanos numa pequena organização empresarial, nomeadamente, assuntos relacionados com o recrutamento, seleção, formação e motivação de equipas;

d) Desenvolver novos produtos, serviços e processos, com base num adequado conhecimento das necessidades e tendências de mercado;

e) Participar na gestão de equipa de vendas de uma PME;

f) Organizar, implementar e coordenar sistemas produtivos (de bens ou de serviços) de pequenas entidades empresariais, com base nos princípios de melhoria contínua;

g) Desenvolver planos de marketing e vendas para PME;

h) Elaborar planos de web-marketing e de comércio eletrónico para PME;

i) Desenvolver planos de negócios que suportem estratégias comerciais.

6 — Referencial de competências

6.1 — Conhecimentos

a) Conhecimentos fundamentais na área da contabilidade financeira;

b) Conhecimentos fundamentais na área de contabilidade de gestão;

c) Conhecimentos fundamentais na área das finanças empresariais;

d) Conhecimentos abrangentes no domínio da fiscalidade;

e) Conhecimentos abrangentes na gestão de recursos humanos;

f) Conhecimentos abrangentes de gestão emocional em ambientes de negociação e de tomada de decisão;

g) Conhecimentos fundamentais de gestão de empresas, incluindo conhecimentos fundamentais na área da inovação e do empreendedorismo;

h) Conhecimentos abrangentes na área da gestão de operações;

i) Conhecimentos especializados de elaboração de planos de marketing e vendas;

j) Conhecimentos especializados de elaboração de planos de negócios associados a estratégias de comercialização;

k) Conhecimentos abrangentes ao nível do comércio eletrónico e de tecnologias de web-marketing para PME;

l) Conhecimentos abrangentes de direito comercial;

m) Conhecimentos fundamentais de economia;

n) Conhecimentos fundamentais das técnicas de comunicação;

o) Conhecimentos fundamentais de matemática e de análise estatística.

6.2 — Aptidões

a) Analisar e registar os factos patrimoniais e identificar os impactos das operações na situação patrimonial;

b) Aplicar ferramentas no âmbito da contabilidade de gestão;

c) Aplicar técnicas e instrumentos de apoio à tomada de decisões no contexto da gestão financeira de uma organização;

d) Aplicar numa forma abrangente e integrada as leis tributárias do sistema fiscal português;

e) Aplicar técnicas de gestão de recursos humanos no âmbito do recrutamento e seleção de pessoal, formação e motivação de equipas;

f) Utilizar as técnicas facilitadoras de negociação com os diferentes atores organizacionais;

g) Organizar e dinamizar os diferentes processos de gestão de PME, incluindo os processos de inovação e de lançamento de novos projetos ou empreendimentos;

h) Organizar, implementar e coordenar sistemas produtivos de pequenas entidades empresariais, com base nos princípios de melhoria contínua;

i) Diagnosticar a situação interna e externa de uma pequena e média empresa e desenvolver uma adequada estratégia de marketing;

j) Dinamizar processos de comercialização e de internacionalização de uma PME;

k) Organizar e dinamizar processos e modelos de comércio digital e web-marketing em PME;