



**DOMINAR A ARTE DA NEGOCIAÇÃO
NO SETOR DO TURISMO**



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 ou Estrutura Curricular

10. Bibliografia

11. Metodologia

12. Avaliação

13. Docente

14. Coordenação Científica

O QUE É UMA MICROCREDENCIAL?

“Uma microcredencial é o registo dos resultados de aprendizagem obtidos por um estudante após a realização de um percurso curto de aprendizagem. Esses resultados de aprendizagem foram avaliados de acordo com padrões transparentes e claramente definidos.

Os cursos que conferem microcredenciais são desenhados para apetrechar o estudante com conhecimentos, habilidades e competências específicas que respondem a necessidades sociais, pessoais, culturais ou do mercado de trabalho.

As microcredenciais são propriedade do estudante, podem ser compartilhadas e são portáteis.

Podem ser autónomas ou combinadas em credenciais maiores.

São sustentadas pela garantia da qualidade, seguindo padrões acordados no setor ou área de atuação respetiva”.

Comissão Europeia, *A European Approach To Microcredentials*

1. DURAÇÃO

8 semanas

2. ECTS

2 ECTS = 52 Horas

3. SINOPSE

O curso foi concebido para dotar os profissionais do sector do turismo de competências essenciais de negociação adaptadas às suas necessidades específicas. No contexto de um mercado de turismo global altamente competitivo e em constante evolução, a negociação eficaz é fundamental para garantir acordos vantajosos, promover parcerias e navegar em cenários regulamentares. Este curso fornece uma estrutura abrangente para compreender e dominar a arte da negociação no sector do turismo.

O sector do turismo engloba uma gama diversificada de serviços, incluindo hotelaria, viagens, transportes e entretenimento. À medida que as empresas se esforçam por se manterem competitivas, a capacidade de negociar eficazmente com fornecedores, clientes e reguladores tornou-se cada vez mais importante. Este curso aborda os desafios únicos enfrentados pelos profissionais de turismo, fornecendo-lhes as ferramentas e técnicas necessárias para ter sucesso.

4. DESTINATÁRIOS

São destinatários desta microcredencial:

1. Pessoas de qualquer área de formação técnica/científica que pretendam aprofundar o seu conhecimento na área da negociação;
2. Discentes 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, Operadores Turísticos, Gestores Hoteleiros, entre outras.

5. CONDIÇÕES DE ACESSO

Este curso rege-se pelo Regulamento da oferta educativa da Universidade Aberta. Pode candidatar-se a este curso o titular que tenha obtido, no mínimo, o grau de ensino secundário completo (12.º ano de escolaridade) ou equivalente.

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 em línguas estrangeiras

7. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender os conceitos e princípios básicos da negociação.
- Reconhecer os diferentes tipos de negociação específicos do sector do turismo.
- Aprender os componentes chave de uma negociação bem-sucedida no turismo.
- Aprender a definir objetivos e metas de negociação claros para as negociações relacionadas com o turismo.
- Compreender a importância de uma investigação exaustiva e da recolha de informações no contexto do turismo.
- Desenvolver competências para identificar e dar prioridade aos interesses e posições dos intervenientes no sector do turismo.
- Dominar técnicas para estabelecer e manter a confiança dos intervenientes no sector do turismo.
- Desenvolver estratégias de comunicação eficazes para o sector do turismo.
- Aprender a identificar e a alinhar-se com os interesses dos clientes e parceiros do sector do turismo.
- Distinguir entre estratégias de negociação distributivas e integrativas no sector do turismo.
- Aprender a desenvolver e utilizar a sua BATNA (Melhor Alternativa a um Acordo Negociado) em negociações de turismo.
- Compreender o papel da criação de valor e da reivindicação de valor nas negociações de turismo.
- Compreender os aspetos psicológicos da negociação no sector do turismo.
- Aprender técnicas eficazes de influência e persuasão adaptadas ao sector do turismo.
- Reconhecer e interpretar a linguagem corporal e os sinais não verbais nas negociações no sector do turismo.

- Identificar e gerir comportamentos difíceis em negociações no sector do turismo.
- Desenvolver estratégias avançadas de resolução de conflitos para o sector do turismo.
- Aprender técnicas para manter a calma e a concentração sob pressão em contextos turísticos.
- Aplicar as competências de negociação a contextos empresariais e pessoais do mundo real do turismo.
- Conseguir criar um plano de desenvolvimento de negociação pessoal para o progresso contínuo.

8. COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR

Neste curso de negociação e-learning de 52 horas, concebido para o sector do turismo, os participantes irão adquirir capacidades essenciais para se destacarem em vários cenários de negociação. Estarão habilitados a dominar os fundamentos da negociação, incluindo a compreensão dos principais conceitos e a diferenciação dos tipos de negociação específicos do turismo.

O curso enfatiza a importância da preparação, ensinando competências na definição de objetivos claros, na realização de pesquisas exaustivas e na atribuição de prioridades aos interesses das partes interessadas.

Os participantes melhorarão as suas capacidades de comunicação, aprendendo a criar confiança e relações, a alinhar interesses e a utilizar eficazmente pistas verbais e não verbais.

As técnicas de negociação estratégica, como o desenvolvimento e a utilização de BATNA e a distinção entre estratégias distributivas e integrativas, são componentes integrais.

O curso também aborda as táticas psicológicas e a persuasão, permitindo aos participantes compreender e influenciar a dinâmica da negociação. Serão abordadas estratégias de resolução de conflitos e técnicas para gerir negociadores difíceis, garantindo que os participantes conseguem manter a compostura sob pressão.

A aplicação no mundo real através de estudos de casos e exercícios práticos solidificará estas competências, culminando num plano de desenvolvimento pessoal para melhoria contínua. Estas capacidades capacitam coletivamente os participantes a alcançar resultados de excelência e a construir relações comerciais fortes no sector do turismo.

9. CONTEÚDOS OU ESTRUTURA CURRICULAR

1. Fundamentos da Negociação em Turismo

- Compreender os conceitos e princípios básicos da negociação.
- Reconhecer os diferentes tipos de negociação específicos do sector do turismo.
- Aprender os componentes chave de uma negociação bem-sucedida no turismo.

2. Preparação da Negociação em Turismo

- Aprender a definir objetivos e metas de negociação claros para negociações relacionadas com o turismo.
- Compreender a importância da pesquisa exaustiva e da recolha de informação no contexto do turismo.
- Desenvolver habilidades para identificar e priorizar os interesses e posições das partes interessadas no turismo.

3. Construindo rapport e confiança nas negociações de turismo

- Dominar técnicas para estabelecer e manter a confiança com as partes interessadas do sector do turismo.
- Desenvolver estratégias de comunicação eficazes para o sector do turismo.
- Aprender a identificar e alinhar-se com os interesses dos clientes e parceiros do sector do turismo.

4. Técnicas de Negociação Estratégica em Turismo

- Diferenciar entre estratégias de negociação distributivas e integrativas no turismo.
- Aprender a desenvolver e utilizar a sua BATNA (Best Alternative to a Negotiated Agreement) nas negociações em turismo.
- Compreender o papel da criação de valor e da reivindicação de valor nas negociações em turismo.

5. Táticas Psicológicas e de Persuasão no Turismo

- Compreender os aspetos psicológicos da negociação no sector do turismo.
- Aprender técnicas eficazes de influência e persuasão adaptadas ao turismo.
- Reconhecer e interpretar a linguagem corporal e as pistas não verbais nas negociações em turismo.

6. Lidando com Negociadores Difíceis no Turismo

- Identificar e gerir comportamentos difíceis em negociações no sector do turismo.
- Desenvolver estratégias avançadas de resolução de conflitos para o sector do turismo.

- Aprender técnicas para manter a calma e a concentração sob pressão em situações de negociações intensas sobre turismo.

7. Cenários de Negociação no Mundo Real e Desenvolvimento Pessoal no Turismo

- Aplicar competências de negociação a contextos empresariais e pessoais do mundo real do turismo.
- Analisar e aprender com estudo de casos detalhados na indústria do turismo.
- Desenvolver um plano de desenvolvimento de negociação pessoal para o crescimento contínuo no turismo.

10. BIBLIOGRAFIA

“Negociação”, de José Crespo de Carvalho, Edições Silabo

“Negociação – Fundamentos, Competência e Prática”, de Eduardo Simões, Edições Silabo

“Negotiating hospitality: The power of place and practice.”, de P. Forsyth

“Negotiating with Tourism: A socio-cultural perspective.”, de Webb, T. L., e Harden, K. P.

"Business Travel and Tourism", de John Swarbrooke

"Hospitality Marketing: Principles and Practice", de David Bowie

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. Na microcredencial “Determinantes da oferta do turismo religioso” 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 06 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 CLASSE 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.

Neste Guia de Curso está definido um percurso de trabalho, 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 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 caráter individual (leitura dos recursos disponibilizados, trabalhos escritos) e nas atividades formativas de caráter 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%.

A avaliação será expressa na escala de 0 a 20 valores e a conclusão da formação com aproveitamento está sujeita à obtenção de uma nota igual ou superior a 9,5 valores.

13. DOCENTE

ISABEL STAATS

Licenciada em direito, com LL.M. em International and Commercial Law, tendo, posteriormente, realizado Executive MBA. Estes cursos foram complementados com estudos de especialização, nomeadamente, em Negociação. Exerceu a docência universitária de Business Law, Direito da Concorrência e Técnicas de Negociação. No sector financeiro, até 2014, para além de ter exercido consultoria jurídica, foi Subdirectora da área de Funding and Financial Institutions do Itaú BBA International Plc. Nesta função, geriu o relacionamento com mais de 50 entidades financeiras e coordenou iniciativas de financiamento importantes. Posteriormente, e até 2022, desempenhou funções de Responsável Comercial na KuantOrbis, Lda., onde desenvolveu e executou planos comerciais estratégicos, construiu parcerias sólidas e assegurou a conformidade legal em vários mercados. Atualmente, é formadora na Universidade Aberta.

14. COORDENAÇÃO CIENTÍFICA

Coordenador: Professor José António Porfírio | jose.porfirio@uab.pt

Vice-Coordenador: Professor António Eduardo P. F. B. Martins | antonio.martins@uab.pt

Coordenador Externo: Isabel Birne Staats | staats.isabel@gmail.com

