

Unidade Curricular	Opção 2 - Cultura de serviço no setor turístico	Área Científica	-
	Pós-Graduação em Design Circular e Sustentável da Água: Saúde e Bem-Estar	Escola	Escola Superior de Hotelaria e Bem-Estar
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
		Nível	
		Créditos ECTS	3.0
		Código	5067-778-1103-02-22
Horas totais de trabalho	81	Horas de Contacto	T - - TP 24 PL - TC - S - E - OT - O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Alcina Maria Almeida Rodrigues Nunes

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender a importância da orientação para o cliente no sucesso da empresa
2. Reconhecer os elementos essenciais para um serviço de qualidade
3. Promover atitudes e comportamentos orientados para o cliente
4. Compreender e aplicar as técnicas de fidelização de clientes
5. Construir uma experiência diferenciadora para o cliente
6. Criar e aplicar instrumentos de avaliação da satisfação e lealdade do cliente

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não se aplica

Conteúdo da unidade curricular

Cultura de serviço e orientação para o cliente. Inteligência emocional no relacionamento com o cliente. Foco no cliente: satisfação e fidelização.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Cultura de serviço e orientação para o cliente
 - Comportamento, motivações e expectativas dos clientes
 - Qualidade, excelência e cultura de serviço
 - A importância da orientação para o cliente no sucesso da empresa
2. Inteligência emocional no relacionamento com o cliente
 - Autodiagnóstico de atitudes e comportamentos comerciais
 - Comunicação e gestão emocional na interação com clientes
 - Comportamento individual vs imagem da empresa
3. Foco no cliente: satisfação e fidelização
 - Conhecer o cliente para o servir melhor
 - Conhecer o produto/serviço para cumprir as expectativas e exigências do cliente
 - Boas práticas para um atendimento de excelência
 - Proporcionar uma experiência diferenciadora ao cliente
 - Antecipar e gerir necessidades e problemas
 - Cumprir as promessas feitas ao cliente
 - Fidelização

Bibliografia recomendada

1. Abranja, N., Almeida, M., & Almeida, A. E. (2020). Gestão Hoteleira: o Produto, o Serviço e as Técnicas. Lidel.
2. Buswell, J., Williams, C., Donne, K., & Sutton, C. (2016). Service Quality in leisure, Events, Tourism and Sports (2nd ed.). CABI.
3. Harris, E. (2012). Customer Service: a Practical Approach (6th ed.). Pearson.
4. Hudson, S., & Hudson, L. (2022). Customer Service in Tourism and Hospitality (3rd ed.). Goodfellow Publishers.
5. Toister, J. (2017). The Service culture Handbook. Toister Performance Solutions.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Aulas teórico-práticas de apresentação e exploração de conceitos e aplicação de técnicas com exemplos e situações reais. Utilização de métodos de exposição teórica dos vários conteúdos, recorrendo a meios audiovisuais, complementados com métodos interativos que estimulem a participação dos estudantes/formandos através da aplicação, individualmente e em grupo, das técnicas apresentadas.

Alternativas de avaliação

- Alternativa única - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Trabalhos Práticos - 60% (Trabalhos práticos individuais realizados durante as aulas.)
 - Trabalhos Práticos - 40% (Elaboração de questionário online de satisfação e/ou lealdade do cliente (trabalho individual).)

Língua em que é ministrada

Português

Validação Eletrónica

Alcina Maria Almeida Rodrigues Nunes	Maria José Gonçalves Alves
14-06-2023	14-06-2023