



PROGRAMA **UPGRADE** | DIGITAL & SUSTENTABILIDADE

PLANO DE FORMAÇÃO

PROGRAMA UPGRADE | DIGITAL & SUSTENTABILIDADE PLANO DE FORMAÇÃO

Conteúdo

1. ENQUADRAMENTO:.....	2
2. ESTRUTURA ORGÂNICA DA ENTIDADE FORMADORA.....	2
3. FUNDAMENTAÇÃO	4
4. PROPÓSITO DO PROGRAMA UPGRADE.....	5
5. OBJETIVOS DO PROGRAMA.....	5
6. DESTINATÁRIOS DO PROGRAMA:.....	5
7. ESTRUTURA DO PROGRAMA.....	6
7.1. PROGRAMA UPGRADE DIGITAL:	6
7.2. PROGRAMA SUSTENTABILIDADE:.....	12
8. PARCEIROS/TESTEMUNHOS.....	15
9. MODELO DE FORMAÇÃO.....	17
10. ORGANIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO	17
11. CALENDÁRIO DE EXECUÇÃO.....	17
12. RECURSOS	18
12.1. RECURSOS HUMANOS	18
12.2. RECURSOS PEDAGÓGICOS E MATERIAIS.....	20
13. AVALIAÇÃO	20
14. CERTIFICAÇÃO.....	21

1. ENQUADRAMENTO:

Integrado no Ministério da Economia e Transição Digital, o Turismo de Portugal é a Autoridade Turística Nacional responsável pela promoção, valorização e sustentabilidade da atividade turística, agregando numa única entidade todas as competências institucionais relativas à dinamização do turismo, desde a oferta à procura.

O Instituto do Turismo de Portugal, I.P., abreviadamente designado por Turismo de Portugal, I.P., é um instituto público de regime especial, nos termos da lei, integrado na administração indireta do Estado, dotado de autonomia administrativa e financeira e património próprio.

A sua missão consiste no apoio ao investimento no setor do turismo, a qualificação e desenvolvimento das infraestruturas turísticas, a coordenação da promoção interna e externa de Portugal como destino turístico e o desenvolvimento da formação de recursos humanos do setor, bem como a regulação e fiscalização dos jogos de fortuna e azar.

Com uma relação privilegiada com as outras entidades públicas e os agentes económicos no país e no estrangeiro, o Turismo de Portugal está empenhado em cumprir o desígnio de reforçar o turismo como um dos motores de crescimento da economia portuguesa.

2. ESTRUTURA ORGÂNICA DA ENTIDADE FORMADORA

A orgânica interna do Turismo de Portugal, I.P. está estruturada em Direções e Departamentos, considerando as diversas áreas de atuação.

Os estatutos do Turismo de Portugal foram aprovados pela Portaria nº 384/2015, de 26 de outubro, definindo a organização interna do organismo.

As áreas de atuação do Turismo de Portugal constituem-se por:

- Planeamento
 - Direção de Estratégia
 - Direção de Gestão do Conhecimento
 - Departamento de Auditoria e Controlo de Gestão

- Negócio
 - Direção de Valorização da Oferta
 - Direção de Apoio ao Investimento

- Direção de Apoio à Venda
- Direção de Formação
- Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos
- Departamento de Internacionalização

- Suporte
 - Direção de Recursos Humanos
 - Direção Financeira e de Tecnologias
 - Direção Jurídica
 - Departamento de Comunicação.

Compete à **Direção de Formação** definir as prioridades de valorização dos recursos humanos do setor do turismo, tendo em vista a melhoria da qualidade e do prestígio das profissões turísticas, o reconhecimento de cursos de formação profissional e a certificação da aptidão profissional para o exercício das profissões do setor, e a gestão ou participação em operações concretas de formação, designadamente a das escolas de hotelaria e turismo, dispondo atualmente da seguinte rede escolar:

- Escolas de tipo I:
 - Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve, localizada em Faro;
 - Escola de Hotelaria e Turismo de Lisboa;
 - Escola de Hotelaria e Turismo do Estoril;
 - Escola de Hotelaria e Turismo de Coimbra;
 - Escola de Hotelaria e Turismo do Porto;
 - Escola de Hotelaria e Turismo do Douro-Lamego;
 - Escola de Hotelaria e Turismo de Setúbal;
 - Escola de Hotelaria e Turismo de Portalegre.

- Escolas de tipo II:
 - Escola de Hotelaria e Turismo de Portimão,
 - Escola de Hotelaria e Turismo de Vila Real de Santo António,
 - Escola de Hotelaria e Turismo do Oeste,
 - Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo.

3. FUNDAMENTAÇÃO

O Turismo de Portugal, IP tem como principal propósito reforçar o Turismo como um dos motores de crescimento da economia portuguesa, em coordenação com as outras entidades públicas e os agentes económicos no país e no estrangeiro.

Especificamente na área da Formação, o Turismo de Portugal aposta na formação de profissionais do setor e de jovens, através da sua rede de Escolas de Hotelaria e Turismo, presentes ao longo do território, sendo que a Qualificação de Recursos é um dos eixos estruturais e estratégicos.

O **Turismo de Portugal** integra, assim, a Formação para o Sector da Hotelaria, Restauração e Turismo, o que faz através de uma rede de 12 Escolas de Hotelaria e Turismo que gere, cobrindo todas as temáticas do setor, seja para jovens em Formação Inicial, seja para profissionais no Ativo.

Ao longo dos anos, a rede de Escolas tem sido a maior promotora de formação inicial destinada à preparação de profissionais para a área do Turismo, com programas curriculares adaptados às exigências do mercado, sendo os cursos planeados para que os alunos adquiram uma sólida preparação técnica para o rápido ingresso no mercado de trabalho.

O presente Plano de Formação, enquadra-se no apoio a prestar às empresas pelo IEFP, no âmbito da **Medida de apoio extraordinário à retoma progressiva de atividade em empresas em situação de crise empresarial, com redução temporária do período normal de trabalho (PNT) adiante designada por Medida**, criada através do Programa de Estabilização Económica e Social e prevista no n.º 5, do artigo 4.º do Decreto-Lei n.º 46-A/2020, de 30 de julho, alterado pelo Decreto-Lei n.º 90/2020, de 19 de outubro; Decreto-Lei nº 98/2020, de 18 de novembro; Decreto-Lei nº 101-A/2020, de 27 de novembro; Despacho nº 12655-A/2020, de 30 de dezembro e Decreto-Lei nº 6-C/2021, de 15 de janeiro, que o republica e, **Decreto-Lei nº8-B/2021, de 22 de janeiro que vigorará até 30 de junho de 2021.**

Assim, o Turismo de Portugal, enquanto entidade formadora **certificada pela Direção-Geral do Emprego e das Relações do Trabalho (DGERT)**, sendo que a partir de 2010, pela sua natureza jurídica e âmbito de atuação, deixou de carecer de requerer a certificação como entidade formadora (conforme anexo), **irá assumir-se enquanto entidade formadora das empresas que se candidatarem à Medida acima referida, através da sua rede de escolas.**

4. PROPÓSITO DO PROGRAMA UPGRADE

O Programa Upgrade desenvolvido pelo Turismo de Portugal para os profissionais do setor do turismo, tem como objetivo contribuir para que **os colaboradores das micro e pequenas empresas** adquiram novos conhecimentos e desenvolvam novas competências que lhes permitam **estruturar os negócios com novas propostas de valor**, mais sustentáveis e capazes de responder às exigências futuras do setor e, sempre que possível contribua para aumentar o nível de qualificação dos profissionais.

5. OBJETIVOS DO PROGRAMA

O Programa está estruturado em dois **Percursos Formativos – Digital & Sustentabilidade** e visa cumprir os seguintes objetivos:

- Promover a transformação digital do setor do turismo promovendo uma melhoria das competências digitais dos profissionais do setor, nomeadamente, competências essenciais de literacia digital e competências mais avançadas de marketing digital, que potenciem uma eficaz transformação digital, geradora de valor para os negócios e para as pessoas;
- Sensibilizar as empresas e os profissionais, para a importância da implementação de medidas de sustentabilidade, nas suas três dimensões: económica, ambiental e social, contribuindo para a criação de uma cultura de valor e de inovação sustentável, através da integração de boas-práticas de sustentabilidade numa abordagem 360º.

6. DESTINATÁRIOS DO PROGRAMA:

São destinatários do Programa:

- Profissionais do setor do turismo, de micro e pequenas empresas.
- Empresários em nome individual do setor do turismo.
- Empreendedores e gestores do setor do turismo.

7. ESTRUTURA DO PROGRAMA

O Programa assenta no desenvolvimento de **dois percursos flexíveis, estruturados em 5 Módulos** cada que podem ser realizados, na totalidade ou parcialmente; sequencial ou aleatoriamente, ajustando-se às necessidades e disponibilidade dos participantes, com a seguinte duração:



No âmbito do processo de candidatura à **Medida, deverá ser assegurada a frequência de, no mínimo, 50 horas de formação por mês por trabalhador.** Para esse efeito, cada participante/trabalhador poderá selecionar os módulos de um itinerário ou a combinação entre ambos.

7.1. PROGRAMA UPGRADE DIGITAL:

Com este Programa pretende-se:

- Contribuir para a capacitação digital dirigido às micro e pequenas empresas do setor do turismo;
- Contribuir para a melhoria de competências digitais dos profissionais do setor, desde as competências essenciais de literacia digital até às competências mais exigentes do marketing digital, que potenciem uma transformação digital intrínseca e geradora de valor para os negócios e para as pessoas;
- Reforçar a necessidade que o setor do turismo tem de qualificar os seus profissionais nos diversos domínios do digital, para fazer uma transformação digital que integre a dimensão tecnológica com a dimensão humana.
- Apostar na qualificação das pessoas como fator essencial e basilar na estratégia de transformação digital das empresas.

ESTRUTURA DO PERCURSO

	DESIGNAÇÃO	DURAÇÃO
CURSO/MÓDULO 1	Ferramentas informáticas aplicadas ao turismo	16h
CURSO/MÓDULO 2	Análise de mercado e estruturação do negócio	20h
CURSO/MÓDULO 3	Introdução ao marketing digital, <i>websites</i> e monitorização de <i>performance</i>	24h
CURSO/MÓDULO 4	Boas práticas na estratégia de marketing digital	28h
CURSO/MÓDULO 5	Técnicas de marketing digital avançado: <i>e-commerce</i> , publicidade e <i>retargeting</i>	28h
	TOTAL DE HORAS	116h

PROGRAMA

MÓDULOS	OBJETIVOS	CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS
MÓDULO 1 (16h)	<ul style="list-style-type: none"> Navegar em segurança na web Saber proteger os dados pessoais Gerir a sobrecarga de informação Avaliar e filtrar as informações numa perspetiva crítica, distinguindo factos de informações e conteúdos falsos <ul style="list-style-type: none"> Utilizar ferramentas colaborativas de gestão de ficheiros na web. Criar documentos em ferramentas de processamento de texto. Formatar documentos de grande formato em ferramentas de processamento de texto. 	<ul style="list-style-type: none"> Segurança das redes e proteção de dados pessoais Veracidade de uma informação vs. Desinformação (“fake news”) <ul style="list-style-type: none"> Outlook (e-mail, agenda, tarefas, contatos, etc) e sincronização de equipamentos. Ferramentas de partilha de arquivos (Dropbox, Google drive, OneDrive, etc.) Chats com vídeo, partilha de ecrã e acesso remoto (Teams, Google Hangouts, Skype, Teamviewer, etc)

	<ul style="list-style-type: none"> • Criar e editar apresentações eletrónicas. • Criar folhas de cálculo. • Manipular folhas de cálculo com recurso a fórmulas, funções, listas de dados e gráficos. • Redimensionar imagens sem perder a proporção original (ferramenta crop, etc) • Adaptar a resolução para print e web 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestão de equipas e projetos (Office 365, Trello, Miro, Slack) • Word - utilidades (impressão em série, formulários e índices) • Excel - utilidades (validação de dados, filtros, esquemas impressão, proteção células, macros, etc) • Imagem digital • Ferramentas de edição de imagem • Ferramentas de edição de vídeo • Dimensão de imagens (pixels, resolução, entre outras)
<p>MÓDULO 2 (20h)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer as tendências atuais dos mercados turísticos e identificar oportunidades. • Utilizar instrumentos e ferramentas de apoio às decisões de marketing e à identificação de tendências na área do marketing turístico. • Orientar a gestão e a estruturação dos negócios através da planificação. • Identificar os elementos que compõem um plano de marketing e orientar a sua execução para um produto/projeto turístico. 	<ol style="list-style-type: none"> Análise de mercado <ul style="list-style-type: none"> • Tendências de mercado (<i>Facts & Figures up-to-date</i>) • A economia digital e a sua preeminência no momento atual • Ferramentas de diagnóstico / SWOT / identificação de oportunidades • Novo paradigma do turismo pós-pandemia Planificação e reestruturação do negócio <ul style="list-style-type: none"> • Vantagens da estruturação de um plano estratégico de marketing para o negócio • Identificar o marketing como ferramenta de gestão e como fator de sucesso e competitividade de uma empresa. • Posicionamento da proposta de valor • Plano estratégico do negócio > Plano de marketing > Plano de comunicação > Marketing digital • Segmentação de mercado / definição de públicos-alvo e <i>buying personas</i> • Análise de Modelos de Negócio • Calendarização de planeamento da comunicação/ações + estimativa orçamental Gestão de Marca / Branding <ul style="list-style-type: none"> • Criação de uma marca

	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir competências na criação, ativação e gestão de marcas aplicadas aos negócios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Consolidar a imagem corporativa (parecer) com a identidade institucional (ser). ➤ Solidificar a presença a nível do turismo (região, país e no mundo). ➤ Rotinar a comunicação interna e externa, com processos e conteúdos periódicos e eficazes nas redes digitais. ➤ Garantir a consistência de conteúdos (em português e em línguas). • A importância da identidade da marca <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Mood</i> de conceito editorial/visual do negócio. ➤ <i>Statement</i> e assinatura de marca para o destino. ➤ Argumentos de venda para experiências/ momentos/ serviços • A importância da arquitetura da marca <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tom de voz. ➤ Imagens. ➤ Logotipo. ➤ Assinatura de marca. ➤ Cores. ➤ <i>Key visual</i> (composição de logotipo: associação a fotografia + assinatura de marca). <p>4. Estratégia de comunicação da marca</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Brand Reputation Management</i> • Gestão de crise
--	--	--

<p>MÓDULO 3 (24h)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enquadrar a estratégia de marketing digital na estratégia de comunicação da marca • Conhecer os fundamentos do marketing digital. • Definir estratégias para cada canal e conhecer boas práticas exemplificativas. • Reconhecer e desenvolver estratégias de marketing digital e implementar um plano de marketing digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Introdução ao marketing digital. Vantagens do marketing digital. • Audiências online em 2020 / <i>facts & figures /online audience demographics</i> • <i>Online customer journey</i> (a jornada do cliente – <i>touchpoints</i> físicos e digitais) • Gestão da reputação online: Plataformas de <i>reviews UGC (Tripadvisor, Google, Booking etc.)</i> • <i>Website e landing pages</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Enquadramento dos websites nas estratégias de marketing global e digital ○ A importância do website como ponto de partida de um negócio, gerador de tráfego e potenciador de alcance comunicacional ○ Registo de domínio e alojamento ○ Plataformas disponíveis ○ Construção e publicação do website • Análise de performance da presença digital <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>KPIs</i> em marketing digital (glossário) ○ <i>Website audit: Speed, Responsiveness, Security, Domain authority rating</i> ○ Ferramentas de análise da performance digital (introdução) <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Google analytics</i> ▪ <i>Google search Console</i> ▪ <i>Facebook analytics</i> ▪ <i>Instagram insights</i> ▪ Outras ferramentas disponíveis para análise de performance da concorrência
<p>MÓDULO 4 (28h)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer as audiências e algoritmos das principais redes sociais • Identificar os fatores críticos de sucesso para otimização de conteúdos online para motores de pesquisa • Conhecer as melhores práticas de <i>email marketing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Motores de Pesquisa <ul style="list-style-type: none"> ○ Quais são os mais importantes / <i>Market share</i> ○ Como funciona a pesquisa (indexação e rastreamento) – algoritmo <i>Google organic search</i> • <i>Social Media - demographics</i> e algoritmos de cada rede <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Facebook + FB Messenger</i>

	<ul style="list-style-type: none"> • Ajustar o marketing de influência à estratégia de segmentação da empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Whats app + Whats app business</i> ○ <i>Instagram</i> ○ <i>Tik Tok</i> ○ <i>Twitter</i> ○ <i>Linkedin</i> • <i>Social media</i> - plataformas de apoio à gestão de redes sociais • <i>SEO – Search Engine Optimization</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>On page e Off page SEO</i> ○ <i>White hat / black hat SEO</i> ○ <i>SEO Imagens e Videos</i> ○ <i>SEO Internacional</i> • <i>Content Marketing</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Que conteúdos interessam às pessoas (<i>Google trends</i> e outras ferramentas) ○ <i>Blog + new content + evergreen content</i> ○ <i>Keywords e search queries</i> – ferramentas de apoio • <i>Email Marketing</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Relevância e performance ○ Ferramentas e plataformas disponíveis ○ Articulação com estratégia de <i>content marketing</i> • <i>Marketing de influência</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ O que é e sua relevância em função da estratégia de segmentação já definida ○ Ferramentas de identificação de influenciadores digitais por segmento-alvo ○ Investimento e boas práticas
<p>MÓDULO 5 (28h)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar ferramentas de <i>e-commerce</i> • Otimizar a estratégia de publicidade online aos objetivos e segmentos de mercado da empresa • Reconhecer a importância e potencialidade do <i>retargeting</i> • Conhecer processos de <i>marketing automation</i> e funil de vendas 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>E-commerce</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Motores de reservas ○ OTAs (Online Travel Agencies) ○ Lojas online / plataformas disponíveis (construir uma loja online) • <i>Publicidade online</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ Publicidade em <i>social media</i> ○ Publicidade em motores de pesquisa (<i>Google ads</i>) <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Rede search</i> ▪ <i>Rede Display</i>

		<ul style="list-style-type: none"> ○ Segmentação e <i>Target audiences</i>: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Possibilidades e critérios de segmentação on-line ▪ <i>Lookalike audiences (Facebook & Instagram) / similar audiences (Google)</i> ▪ <i>Affinity Audiences (Google)</i> ▪ <i>In-market audiences (Google)</i> ▪ <i>Remarketing audiences (Google & social media)</i> ○ Monitorização de resultados da publicidade <i>online</i> • Estratégias de <i>Remarketing / Retargeting</i> <ul style="list-style-type: none"> ○ <i>On-site retargeting</i> ○ <i>Off-site retargeting</i> • <i>Sales Funnel & Marketing automation / email marketing</i>
--	--	--

7.2. PROGRAMA SUSTENTABILIDADE:

Com este Programa pretende-se:

- Sensibilizar as empresas e os profissionais, para a importância da implementação de medidas de sustentabilidade, nas suas três dimensões económica, ambiental e social;
- Contribuir para criar uma cultura de valor e de inovação sustentável, através de uma abordagem a 360º.
- Contribuir para que as empresas e profissionais adotem e implementem medidas e práticas em matéria de sustentabilidade, nomeadamente:
 - ✓ práticas que promovam o consumo eficiente de água e de energia
 - ✓ uma política de informação sobre práticas de turismo sustentável por parte dos utentes

ESTRUTURA

DESIGNAÇÃO		DURAÇÃO
MÓDULO 1	Inovação e novos caminhos sustentáveis	12 horas
MÓDULO 2	Gestão Sustentável do negócio	24 horas
MÓDULO 3	Gestão sustentável dos Recursos	16 horas
MÓDULO 4	Economia circular na gestão dos recursos alimentares	16 horas
MÓDULO 5	Gestão da responsabilidade social	12 horas
TOTAL DE HORAS		80 horas

PROGRAMA

MÓDULOS	OBJETIVOS	CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS
<p>MÓDULO 1</p> <p>Inovação e novos caminhos sustentáveis</p> <p>(12H)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver uma visão e estratégia multifatorial do conceito de sustentabilidade, apoiada nos 3 pilares da Sustentabilidade –ambiental, económica e social • Promover uma atitude de adaptação de uma estrutura de negócio • Criar uma cultura de Valor e de Inovação Sustentável • Desenvolver co-responsabilidade pela transformação e evolução da Sociedade 	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento sustentável: conceitos • O tripé de sustentabilidade e o novo conceito de regeneração • Estruturação de negócio: a importância da sustentabilidade e da resiliência na gestão de soluções • Estratégia Nacional para a Sustentabilidade no Turismo • Os Objetivos de desenvolvimento sustentável e o turismo • Os 5P's • O turismo sustentável e os desafios futuro pós-pandemia • Inovação com Valor • Gestão, práticas e atitudes para destinos mais sustentáveis • A importância da envolvimento do negócio com a comunidade e com o ecossistema onde se insere

<p>MÓDULO 2</p> <p>Gestão Sustentável do negócio</p> <p>(24H)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir para uma melhor eficácia nos negócios, através da gestão de um plano de negócios • Orientar para práticas de gestão, com base em resultados SMART e a sua monitorização através de indicadores-chave; • Criar e analisar as ferramentas de gestão e financeiras disponíveis para apoio às empresas e negócios • Promover novas formas de organização do trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> • O processo de tomada de decisão: estudo de mercado e ferramentas previsionais • Plano de negócios e estudo de viabilidade económica (custos, receitas e indicadores de gestão) • Ferramentas funcionais de apoio à gestão (KPI's) e Kit Tool • Análise de apoios financeiros
<p>MÓDULO 3</p> <p>Gestão Sustentável dos Recursos</p> <p>(16H)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Promover a preservação e melhoria da qualidade ambiental através de práticas de eficiência e que contribuam para a redução do consumo de recursos • Responsabilizar os Agentes Económicos para respeitar os valores da sustentabilidade • Compreender e relacionar o consumo de recursos com a sustentabilidade ambiental, económica e social 	<ul style="list-style-type: none"> • Produção e consumo de recursos energéticos e hídricos • Impactos negativos do consumo sobre meio ambiente • Papel dos gestores na eficiência energética • Implementação de políticas na gestão de recursos • Panorama e medidas de eficiência energética • Gestão de Resíduos • Identificação e tipos de Resíduos • Produtos e detergentes biodegradáveis • Política 3R's 5R's • Financiamento de medidas de eficiência energética • Edifícios NZEB • Normas ISO 14001 e ISO 50001
<p>MÓDULO 4</p> <p>Economia Circular na gestão aplicada aos recursos alimentares</p> <p>(16H)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar Modelos de Economia circular, como motores de diferenciação e de maior sustentabilidade para as próximas décadas • Compreender a importância da Gestão Sustentável de Recursos Alimentares como base para o cumprimento dos mais elementares princípios de sustentabilidade, nomeadamente os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, definidos pela ONU • Reconhecer os benefícios e oportunidades para o negócio da implementação de práticas da valorização de resíduos e subprodutos, numa perspetiva de economia circular 	<ul style="list-style-type: none"> • A Produção e o Consumo de recursos alimentares. Que relação? • Implementação de políticas na gestão de recursos alimentares • Formas de produção sustentáveis e a sua relação com a economia de recursos • A Biodiversidade com valor alimentar como oportunidade de proteção ambiental, diferenciação e inclusão (inclusão pela alimentação)

		<ul style="list-style-type: none"> • Conceitos para os novos tempos: A economia de proximidade, a sazonalidade, o comércio justo e o ‘desperdício zero’ numa perspetiva de economia circular • Alimentos com elevada pegada ecológica e os impactos do seu consumo • A planificação das compras numa perspetiva sustentável • A organização de processos e espaços na gestão eficiente de recursos alimentares • A gestão de sobras e resíduos e a sua importância no combate ao desperdício alimentar
<p>MÓDULO 5</p> <p>Gestão da responsabilidade social</p> <p>(12H)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar as empresas para a importância da responsabilidade social na promoção do bem-estar dos seus públicos interno e externo • Reforçar a importância de trabalho em rede, promovendo a confiança do consumidor, através de modelos de negócios integrados de inovação colaborativa • Desenvolver o conhecimento sobre o impacto da Responsabilidade Social nos negócios e na sociedade em geral e incentivar a implementação da Responsabilidade Social nas empresas do turismo • Reconhecer a importância da implementação de guias de boas práticas de sustentabilidade na atividade turística 	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer os sistemas de responsabilidade social • Construir e implementar programas de responsabilidade Social nas empresas turísticas • Práticas de Gestão Responsável e responsabilidade social corporativa • Ética e responsabilidade social no Turismo • A importância da gestão social e saudável nas empresas e no turismo • Novas formas de pensar com criatividade e adaptabilidade para inovar na área do Turismo e liderar em tempos de incerteza (exemplos de boas práticas) • Responsabilidade Social e Normas de Qualidade • Novas formas de organização do trabalho assentes em práticas colaborativas e multifuncionais

8. PARCEIROS/TESTEMUNHOS

Ao longo do Programa, serão convidados a participar uma *pool* de entidades públicas, empresários, gestores, peritos, assim como associações empresariais e profissionais, Universidades e empresas que irão partilhar conhecimentos e boas práticas em matéria do contributo do digital para o negócio e em matéria de sustentabilidade, nomeadamente:

- NEST – Tourism Innovation Center, Portugal Ventures, *Digital Influencers*
- ADENE - Projeto Aqua+ Hotéis

- AHRESP
- BCSD Portugal - João Menezes, secretário geral
- Ecox
- Ervas Finas – Oficina para a Biodiversidade com valor alimentar
- Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa (Projeto Caravana Agroecologica) – Inês Costa Pereira
- Furnas Lake Forest Living
- Helena Freitas
- Impact Trip
- Impacteam - consultoria ligada ao turismo social e inclusivo
- IPS
- Maze - Aceleradora de projetos e empreendedorismo sustentável
- ONG Zero
- Passenger Hostel São Bento
- Portugal Green Travel
- Carlos Lopez-Cano Vieira
- Projeto Matéria
- Quinta do Portal
- Restaurante Kitchen Dates
- Sérgio Ribeiro
- Six Senses Douro Valley - Raquel Dias
- Sublime Comporta
- Taberna do Alto Tâmega
- The Wanderlust
- Travel Without Plastic
- Universidade de Aveiro
- Universidade Nova de Lisboa

9. MODELO DE FORMAÇÃO

- O Programa UPGRADE irá decorrer na modalidade de formação a distância em regime *live training*, com recurso a Plataforma Digital, do Turismo de Portugal.
- O modelo de formação assenta em aulas síncronas, com a presença do formador e dos participantes em simultâneo.
- Os métodos pedagógicos e estratégias de aprendizagem passam pela aplicação de dinâmicas de grupo, desenvolvimento de trabalhos e de projetos, assim como estudo de casos práticos.
- A formação é realizada de forma dinâmica, através da resolução de exercícios, trabalhos práticos individuais e de grupo com aplicação a situações concretas das empresas do setor do turismo.

10. ORGANIZAÇÃO E ACOMPANHAMENTO

- Enquanto entidade formadora, as Escolas de Hotelaria e Turismo do Turismo de Portugal constituirão o Processo Técnico-Pedagógico, por ação de formação, de acordo com definido no Regulamento da Medida.
- O modelo de acompanhamento da formação consistirá no Código de Conduta implementado pelo Turismo de Formação para a formação realizada a distância/on-line, garantido o contacto sistemático e contínuo diário com os participantes, através dos formadores.

11. CALENDÁRIO DE EXECUÇÃO

- O Programa UPGRADE irá decorrer a partir do dia 9 de dezembro de 2020 **até 30 de junho de 2021**.
- **Para efeitos da candidatura**, a submeter pelas empresas à Medida, o período corresponderá até **30 de junho de 2021** mas, como os planos de formação têm de terminar até essa data, **as candidaturas terão de ser submetidas com a devida antecedência**.

12.RECURSOS

12.1. RECURSOS HUMANOS

Para a realização do Programa UPGRADE e, apesar de decorrer em regime a distância e através da Plataforma Digital, cada Escola de Hotelaria e Turismo afetará os recursos humanos de acordo com a sua estrutura orgânica que correspondem às competências que se descrevem.

Recursos Humanos	
Serviço	Perfil Funcional
Direção	Praticar todos os atos de gestão a nível pedagógico, administrativo e financeiro e de gestão de recursos que, no âmbito dos respetivos projetos técnico-pedagógicos e planos anuais de atividades aprovados, se mostrem necessários para a sua aplicação e desenvolvimento.
Área de Formação	<p>À área de formação compete, em geral:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Assegurar o desenvolvimento do projeto técnico-pedagógico aprovado; • Elaborar os planos anuais de formação, bem como orientar, coordenar e avaliar a respetiva execução; • Divulgar a oferta de serviços de formação, em articulação com a Direção de Formação do Turismo de Portugal, I. P.; • Desenvolver uma articulação com as empresas do setor existentes na região em que a escola se insere, identificando necessidades formativas específicas, de molde a adequar os planos de formação para lhes darem resposta; • Promover ações de inserção das Escolas na região em que se inserem, bem como a integração profissional dos alunos, nomeadamente através da realização de estágios em unidades empresariais do setor; • Assegurar a articulação entre a componente pedagógica e a de produção hoteleira, de modo a garantir as condições indispensáveis à realização da formação técnica; • Elaborar a documentação de natureza técnica e pedagógica necessária à instrução de processos de candidatura, de controlo da execução e de resultados, relativos aos programas de financiamento nacionais ou comunitários. <p>Em matéria de formação contínua/executiva, incluindo a formação à medida, consultoria e assistência técnica compete, em especial, à área de formação:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar diagnósticos de necessidades de formação contínua; • Executar a formação contínua com base nos diagnósticos de necessidades de formação realizados; • Dar cumprimento aos currículos e programas das ações de formação contínua, utilizando os instrumentos metodológicos e didáticos necessários; • Promover e prestar consultoria técnico-pedagógica aos organismos públicos, às associações empresariais, sindicais e profissionais, às empresas e aos profissionais do setor, tendo em vista o desenvolvimento das suas próprias competências de intervenção na formação contínua dos profissionais ativos afetos ao setor e na otimização de processos de organização e gestão dos serviços e dos recursos; • Promover e realizar ações de formação inicial e contínua de formadores; • Assegurar a organização técnico-pedagógica da informação respeitante à formação contínua, de acordo com as normas em vigor; • Prestar informação relativa às atividades desenvolvidas, no âmbito da formação contínua e de consultoria técnico-pedagógica; • Apoiar a ação de certificação profissional, no âmbito do acesso às profissões do setor, desenvolvida pela Direção de Formação do Turismo de Portugal, I. P.

Área Técnica	<p>À área técnica compete a execução de atividades de apoio técnico, produção hoteleira, aprovisionamento e gestão dos hotéis e restaurantes de aplicação e, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantir as condições necessárias para a realização da componente técnica da formação, designadamente nas áreas do turismo, da hotelaria e da restauração; • Planear, organizar, executar, controlar e avaliar os serviços de produção e exploração hoteleira, dirigindo o hotel e restaurante de aplicação quando ele existir; • Apoiar o desenvolvimento das competências de programação, organização, execução e avaliação da formação prática simulada e em contexto de trabalho; • Proceder à gestão das instalações, equipamentos e outros bens necessários às atividades formativas e certificação e à prestação de serviços ao exterior nos domínios do turismo, da hotelaria e da restauração; • Analisar as melhores práticas utilizadas nas empresas do setor e propor conteúdos e a adoção de metodologias conducentes à melhoria da qualidade do ensino e à inovação; • Planear e gerir o aprovisionamento necessário à atividade formativa; • Acompanhar e supervisionar a formação de cariz tecnológico, bem como dos recursos humanos e materiais a ela inerentes.
Área de Inovação	<p>À área de inovação compete a execução das atividades de apoio à capacitação das empresas, à criação de novos negócios e à inovação empresarial, bem como a gestão das unidades de aplicação de suporte aos serviços de inovação e dos laboratórios abertos de experimentação, nomeadamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantir as condições necessárias para a realização de projetos de inovação, empreendedorismo e transferência de conhecimento para as empresas; • Planear, promover e dinamizar serviços de suporte à qualificação dos alunos e dos profissionais do setor nos domínios da responsabilidade social e ambiental; • Disponibilizar infraestruturas, equipamentos e conhecimento para a experimentação e desenvolvimento de novos produtos; • Dinamizar e promover projetos e iniciativas de intervenção social para integração de pessoas com necessidades especiais, de pessoas em risco de exclusão, nomeadamente migrantes e refugiados, e de promoção de igualdade de género, entre outros; • Dinamizar e promover projetos e iniciativas de suporte à criação de novos negócios de base territorial; • Analisar as melhores práticas internacionais nos domínios da educação e formação para a inovação e sustentabilidade no setor, criando condições para o desenvolvimento de projetos de transferência dessas boas práticas, nomeadamente através do desenvolvimento de parcerias com parceiros internacionais; • Promover o estabelecimento de parcerias temáticas que promovam uma educação e formação transformacional, integral e transversal nos domínios da inovação e da sustentabilidade.
Área Administrativa e Financeira	<p>À área administrativa e financeira compete:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prestar apoio técnico na gestão administrativa, financeira e orçamental; • Assegurar o funcionamento da secretaria de alunos; • Assegurar a receção, registo, classificação, distribuição e expedição de toda a documentação; • Acompanhar os processos de aquisição de bens e serviços, que devam ser tramitados pela escola; • Proceder à classificação dos documentos de despesa e efetuar os registos contabilísticos da escola, respeitando as orientações técnicas e os princípios e regras financeiros e contabilísticos definidos pelos serviços centrais do Turismo de Portugal, I. P.; • Fornecer os elementos para a elaboração da componente financeira dos dossiers da candidatura, de execução e de resultados, relativos aos fundos comunitários e de outras fontes extraordinárias de financiamento; • Assegurar a faturação, cobrança e controlo das vendas de bens e serviços; • Assegurar as funções de tesouraria relativas a arrecadação de receitas e pagamento de despesas através de fundo de maneiço; • Fornecer os elementos necessários para a elaboração do relatório de acompanhamento da execução financeira da escola e do respetivo agrupamento formativo de zona, produzindo uma análise da execução dos orçamentos e do grau de cumprimento de objetivos de racionalidade e de eficácia e eficiência de gestão previamente definidos, bem como uma avaliação e identificação prospetiva de potenciais desvios;

	<ul style="list-style-type: none"> Organizar e manter atualizados os processos individuais, garantindo a confidencialidade dos dados registados, em articulação com os serviços centrais do Turismo de Portugal, I. P., competentes em matéria de gestão de recursos humanos; Organizar, executar e manter atualizado o inventário e o arquivo, em articulação com os serviços centrais do Turismo de Portugal, I. P., competentes na matéria; Exercer as demais competências que se mostrem necessárias para assegurar o normal funcionamento da escola e cuja execução seja determinada pelo diretor.
Coordenador de curso	<p>Um coordenador de curso que acompanha o funcionamento do curso, ao qual compete:</p> <ul style="list-style-type: none"> Assegurar a relação com as empresas e skakeolders do setor e promover iniciativas relacionadas com a área do curso; Contribuir para a melhoria do modelo de organização e funcionamento do curso, assegurando a articulação entre as diferentes componentes de formação; Monitorizar e avaliar o desenvolvimento do curso, com a informação devidamente documentada sobre todos os projetos e atividades desenvolvidas no ano letivo respetivo; Coordenar o acompanhamento e a avaliação do curso através da equipa dos formadores, acompanhando a ação pedagógica dos mesmos, através da realização de, no mínimo, duas reuniões por semestre, com todos os formadores do curso respetivo
Equipa de Formadores	<p>Os formadores são os responsáveis pela lecionação das temáticas enunciadas no plano curricular do curso, competindo-lhes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar os programas pedagógicos das disciplinas e os respetivos planos de sessão; Elaborar os manuais das disciplinas; Animar as sessões de formação; Controlar e avaliar a aprendizagem dos alunos; Os formadores serão selecionados em função da sua especialização, capacidade técnica e pedagógica

12.2. RECURSOS PEDAGÓGICOS E MATERIAIS

Para a realização do Programa UPGRADE, a rede escolar do Turismo de Portugal, I.P., organizará o curso através da Plataforma Digital, disponibilizando aos participantes todo o material pedagógico de apoio ao curso, nomeadamente guias de aprendizagem (a elaborar pelos formadores)

13.AVALIAÇÃO

O modelo de avaliação assentará nos sistemas de avaliação formativa e sumativa e durante o curso/módulo realizam-se atividades de avaliação formativa como trabalhos práticos, testes, desenvolvimento de projetos, entre outras formas que o formador entenda necessário aplicar em contexto de formação online e que permitem aferir e dar feedback aos participantes sobre a progressão da sua aprendizagem.

Os participantes devem frequentar 90% do número total de horas de formação por módulo.

14.CERTIFICAÇÃO

- No final da formação, os participantes têm direito ao **Certificado de Formação Profissional**, atribuído pelo **Turismo de Portugal, I.P.**, enquanto Autoridade Turística Nacional para o Turismo e pelo Sistema de Informação e Gestão da Oferta Educativa e Formativa (**SIGO**),
- Haverá, ainda, lugar ao **respetivo registo no Passaporte Qualifica**.
- **Certificação parcial**, caso o curso seja frequentado por módulos.