

<b>Curso</b>	Turismo e Lazer /Gestão Hoteleira		<b>Ano letivo</b>	2018/2019	
<b>Unidade Curricular</b>	Gestão e Negociação de Vendas em Hotelaria		<b>ECTS</b>	4	
<b>Regime</b>	Obrigatório				
<b>Ano</b>	3º Ano	<b>Semestre</b>	1º Semestre	<b>Horas de trabalho globais</b>	
<b>Docente (s)</b>	Ricardo Jorge da Costa Guerra		<b>Total</b>	108	<b>Contacto</b> 45
<b>Coordenador de Curso</b>	Manuel Salgado / Romeu Lopes				

**GFUC CUMPRIDO**

## 1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Um dos objetivos desta unidade curricular é dotar os alunos de conhecimentos que lhes permitam obter uma visão global e abrangente do funcionamento da área de vendas na hotelaria. Neste sentido, de seguida são apresentados os seguintes objetivos específicos:

- Contribuir para a formação dos discentes ao nível das vendas e da atividade comercial em empresas hoteleiras.
- Conhecer as diversas técnicas de negociação e vendas através dos diversos canais e para as diversas tipologias de clientes.
- Perceber a formação dos preços utilizando diversas técnicas
- Dominar os conceitos de yield/revenue management
- Identificar os fatores que influenciam a escolha da técnica de fixação de preços.
- Capacitar para o planeamento, participação e execusão das diversas tarefas inerentes ao serviço de vendas e atividades comerciais.

## 2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

### 1. Negociação

- 1.1 Conceito
- 1.2 Técnicas de Negociação
- 1.3 Erros a evitar

### 2. Venda de produtos e serviços hoteleiros

- 2.1 A importância do Departamento Comercial e Vendas
- 2.2 Planeamento e ação comercial
- 2.3 A cadeia de distribuição dos serviços hoteleiros

- 2.3.1 A evolução tecnológica no e-commerce e gestão hoteleira
- 2.3.2 A distribuição eletrónica
- 2.3.3 Contratação com Operadores e outros Agentes
- 2.3.4 Custos da distribuição
- 2.4 Segmentação na indústria hoteleira
- 3. Gestão das vendas
  - 3.1 Importância e gestão da base de dados
  - 3.2 Formação de preços - *pricing*
    - 3.2.1 O *pricing* na hotelaria
    - 3.2.2 O preço fixado com base no mercado
    - 3.2.3 O preço fixado com base nos custos
    - 3.2.4 Estrutura tarifária
    - 3.2.5 Preços diferenciados por tipo de quarto, por época e/ou por dia da semana
    - 3.2.6 Preços diferenciados por segmentos de mercado
  - 3.3 Gestão tática de preços – Yield/Revenue Management
    - 3.3.1 Conceitos
    - 3.3.2 Preço Médio Quarto e RevPAR
    - 3.3.3 Preços dinâmicos
    - 3.3.4 A segmentação do mercado com vista ao Revenue Management
    - 3.3.5 A medição do Yield/Revenue Management
  - 3.4 Cálculo de indicadores de gestão de rendimento
- 4. Análise dos principais mercados para a hotelaria portuguesa
  - 4.1 Nacional
  - 4.2 Britânico
  - 4.3 Alemão
  - 4.4 Espanhol
  - 4.5 Francês
  - 4.6 Holandês
  - 4.7 Brasileiro
  - 4.8 Escandinávo
  - 4.9 Americano e Canadiano
  - 4.10 Italiano
  - 4.11 Chinês e Japonês
  - 4.12 Russo

### **3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC**

Com a primeira parte dos conteúdos programáticos transmite-se uma visão geral do departamento comercial e de aspetos específicos ligados ao serviço de vendas. A transmissão de conhecimentos teóricos e práticos, assim como de métodos e técnicas de trabalho ligadas à área de prestação deste tipo de serviços estão presentes em todos os pontos dos conteúdos programáticos.

Complementarmente, reforça-se a importância do planeamento, organização e gestão do departamento a nível de tarifas, indicadores, políticas e estratégias de ação. A transmissão de conhecimentos sobre os princípios de Yield e Revenue Management, associado ao estudo e análise de diferentes mercados emissores para Portugal reforçam a visão holística que se pretende que o estudante possua neste contexto global em que as empresas operam. O conteúdo programático abrange conhecimentos sobre o funcionamento dos estabelecimentos de alojamento em equipas neste departamento.

### **4. BIBLIOGRAFIA**

- BARDI, J.; (2002) Hotel Front Office Management, Edition, John Wiley & Sons.
- CÂNDIDO, I.(2001) Governança em Hotelaria, Editora Educs.
- COSTA, R. (2008) Introdução à Gestão Hoteleira, Lisboa. Lidel.
- COSTA, R.; SOUSA, T. (2015) Gestão Comercial Hoteleira. Lisboa. Lidel.
- CUNHA, L. (2013), Economia e Política do Turismo. Lidel, Lisboa.
- CUNHA, L.; ABRANTES, A. (2013). Introdução ao Turismo. Lisboa: Lidel.
- MARTIN, R.J. (2005). Governança: Administração e Operação de Hotéis, Editora Roca.
- QUINTAS, M. (2006). Organização e Gestão Hoteleira, Oteltur.
- SANTOS, L. et al (2016) Contabilidade da Gestão Hoteleira. Cacém. ATF-Edições Técnicas
- WOOD, R. (2018). Hotel Accommodation Management. Routledge

### **5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)**

A metodologia de ensino assentou na componente expositiva complementada com técnicas ativas. Foram utilizados: o debate, trabalho em grupo, estudo de casos e resolução de exercícios práticos.

A Avaliação Contínua consiste na realização de uma de avaliação escrita (de natureza teórico-prática) e de um trabalho prático em grupo. A classificação final do aluno é obtida através da seguinte ponderação: 70% da nota da prova de avaliação e 30% da nota do trabalho prático de grupo. Nota mínima de 7 valores na prova de avaliação.

A Avaliação por Exame Final consiste na realização de uma prova de avaliação escrita, de natureza teórico-prática, que determina a classificação final do aluno.

## **6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR**

Para cada componente do conteúdo programático existe uma exposição de conceitos assim como um debate e estudo de exemplos concretos da aplicação da teoria. Em alguns conteúdos programáticos são resolvidos exercícios práticos. Desta forma promove-se a reflexão e espírito crítico dos alunos com vista à obtenção de conhecimentos específicos requeridos para o desempenho profissional nesta área. A realização de exercícios permite desenvolvimento de competências e a aplicação prática dos conhecimentos apreendidos.

Para além disso, pretende-se desenvolver as capacidades pessoais dos alunos através da reflexão sobre as diversas componentes teóricas e a sua aplicação no seu saber-saber, saber-fazer, saber-ser e saber-estar, de modo a que estes futuros profissionais venham a desempenhar sua função em colaboração com os outros indivíduos na organização.

A forma de avaliação permite aferir o nível de conhecimentos dos alunos assegurando que possuem conhecimentos sobre todos os conteúdos programáticos.

## **7. REGIME DE ASSIDUIDADE**

Na avaliação contínua a cada aluno foi exigida a obrigatoriedade de presença num mínimo de 2/3 das aulas lecionadas e das sessões de orientação tutorial para as quais foram

convocados. Tal condição apenas não se aplica aos alunos com estatuto de trabalhador-estudante.

## **8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO**

O docente esteve disponível no gabinete pessoal B23 da ESTH, de acordo com o horário estabelecido e aprovado pela Direção da ESTH para o atendimento aos estudantes e através do correio eletrónico ([ricardoquerra@ipg.pt](mailto:ricardoquerra@ipg.pt)).

## **9. OUTROS**

A plataforma SIGARRA do IPG constitui uma base de dados na qual são disponibilizados materiais importantes à aprendizagem dos conteúdos da UC, em complemento aos livros. Este instrumento foi utilizado para comunicar com os discentes através de avisos.



Seia, 25 de janeiro de 2019

**Assinatura:**



Docente



 <b>IPG</b> Politécnico da Guarda Escola Superior de Turismo e Hotelaria	<b>CURRICULAR UNIT OPERATION GUIDE</b>	 MODELO PED.009.02
--	--	---

<b>Course</b>	Tourism and leisure/hospitality management	<b>Academic year</b>	2018/2019		
<b>Curricular Unit</b>	Management and Sales Trading in hospitality	<b>ECTS</b>	4		
<b>Scheme</b>	Required				
<b>Year</b>	3°	<b>Semester</b>	1° Semester	<b>Global working hours</b>	
<b>Professor</b>	Ricardo Jorge da Costa Guerra		<b>Total</b>	108	<b>Contact</b> 45
<b>Course Coordinator(s)</b>	Manuel Salgado / Romeu Lopes				

**GFUC FULFILLED**

### 1. LEARNING OBJECTIVES

One of the goals of this course is to provide students of knowledge to enable them to obtain a global and comprehensive vision of the functioning of sales area in hotel management. In this sense, then the following specific objectives:

- To contribute to the training of students at the level of sales and commercial activity in hotel companies.
- Meet the various negotiation and sales techniques through various channels and for the various types of customers.
- Understand the pricing using various techniques
- Master the concepts of yield/revenue management
- Identify the factors that influence the choice of pricing technique.
- Build capacity for planning, participation and garroting of several tasks inherent in the sales service and commercial activities.

### 2. PROGRAM CONTENT

#### 1. Negotiation

- 1.1 Concept
- 1.2 Negotiation techniques
- 1.3 Mistakes to avoid

#### 2. Sale of products and hotel services

- 2.1 The importance of Commercial and Sales Department
- 2.2 Planning and commercial action
- 2.3 The distribution of hotel services

- 2.3.1 Technological developments in e-commerce and hotel management
- 2.3.2 The electronic distribution
  - 2.3.3 Contracts with operators and other staff
  - 2.3.4 Costs of distribution
- 2.4 Targeting in the hotel industry
- 3. Sales Management
  - 3.1 Importance and management of the database
  - 3.2 Pricing- *pricing*
    - 3.2.1 The *pricing* on hospitality
    - 3.2.2 Fixed price based on the market
    - 3.2.3 The price fixed on the basis of the costs
    - 3.2.4 Tariff structure
    - 3.2.5 Differentiated Prices per room type, by time and/or day of week
    - 3.2.6 Rates differentiated by market segments
  - 3.3 Price tactic Management-Yield/Revenue Management
    - 3.3.1 Concepts
    - 3.3.2 Average Room Rate and RevPAR
    - 3.3.3 Dynamic Pricing
    - 3.3.4 The segmentation of the market for the Revenue Management
    - 3.3.5 The measurement of Yield/Revenue Management
  - 3.4 Calculation of yield management indicators
- 4. Analysis of the main markets for the Portuguese hospitality
  - 4.1 National
  - 4.2 British
  - 4.3 German
  - 4.4 Spanish
  - 4.5 French
  - 4.6 Dutch
  - 4.7 Brazilian
  - 4.8 Scandinavian
  - 4.9 American and Canadian
  - 4.10 Italian
  - 4.11 Chinese and Japanese
  - 4.12 Russian



### **3. DEMONSTRATION OF THE CONSISTENCY OF THE CONTENTS WITH THE GOALS OF THE UC**

The first part of the programmatic content gives an overview of the sales department and specific aspects related to the sales service. The transmission of theoretical and practical knowledge, as well as methods and work techniques related to the area of provision of this type of services are present in all points of the programmatic contents.

In addition, the importance of planning, organization and management of the department in terms of tariffs, indicators, policies and action strategies were reinforced. The transmission of knowledge on the principles of Yield and Revenue Management, associated with the study and analysis of different issuing markets for Portugal reinforce the holistic vision that the student intends to have in this global context in which the companies operate. The program content covers knowledge about the operation of accommodation establishments in teams in this department.

### **4. BIBLIOGRAPHY**

- BARDI, J.; (2002) Hotel Front Office Management, Edition, John Wiley & Sons.
- CÂNDIDO, I.(2001) Governança em Hotelaria, Editora Educs.
- COSTA, R. (2008) Introdução à Gestão Hoteleira, Lisboa. Lidel.
- COSTA,R.; SOUSA, T. (2015) Gestão Comercial Hoteleira. Lisboa. Lidel.
- CUNHA, L. (2013), Economia e Política do Turismo. Lidel, Lisboa.
- CUNHA, L.; ABRANTES, A. (2013). Introdução ao Turismo. Lisboa: Lidel.
- MARTIN, R.J. (2005). Governança: Administração e Operação de Hotéis, Editora Roca.
- QUINTAS, M. (2006). Organização e Gestão Hoteleira, Oteltur.
- SANTOS, L. et al (2016) Contabilidade da Gestão Hoteleira. Cacém. ATF-Edições Técnicas
- WOOD, R. (2018). Hotel Accommodation Management. Routledge

## **5. TEACHING METHODOLOGIES (RULES OF EVALUATION)**

The teaching methodology was based on the expository component complemented with active techniques. The following were used: discussion, group work, case study and resolution of practical exercises.

The Continuous Assessment consists in the accomplishment of a written evaluation (of theoretical-practical nature) and of a practical work in group. The final classification of the student is obtained through the following weighting: 70% of the grade of the test of evaluation and 30% of the grade of the practical work of group. Minimum mark of 7 values in the assessment test.

The Final Exam Evaluation consists in the accomplishment of a written evaluation test, of theoretical and practical nature, that determines the final classification of the student.

## **6. DEMONSTRATION OF THE COHERENCE OF THE TEACHING METHODOLOGIES WITH THE OBJECTIVES OF THE CURRICULAR UNIT**

For each component of the programmatic content there is an exposition of concepts as well as a discussion and study of concrete examples of the application of the theory. In some program content, practical exercises are solved. In this way, students are encouraged to reflect and critical spirit in order to obtain specific knowledge required for professional performance in this area. The realization of exercises allows the development of skills and the practical application of the knowledge learned.

In addition, it aims to develop students' personal capacities by reflecting on the various theoretical components and their application in their know-how, know-how, know-how and know-how, so that these future professionals to fulfill their role in collaboration with the other individuals in the organization.

The form of evaluation allows to assess the level of knowledge of the students ensuring that they have knowledge about all the programmatic contents.

## 7. REGIME OF ASSURANCE

In the continuous assessment of each student, a minimum of 2/3 of the classes taught and the tutorial orientation sessions were required for attendance. Such a condition does not apply only to students with worker-student status.

## 8. CONTACTS AND ATTENDANCE

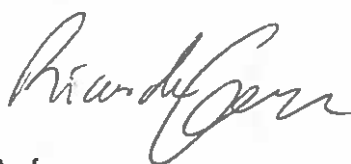
The teacher was available in the personal Office of ESTH B23, according to the schedule established and approved by the Board of ESTH to meet students and through email ([ricardoquerra@ipg.pt](mailto:ricardoquerra@ipg.pt)).

## 9. OTHER

SIGARRA platform of the IPG is a database in which are provided important materials for learning the content of UC, in addition to books. This instrument was used to communicate with the students through notices.

SEIA, 25 January 2019

**Signature:**



Professor

