

Ensino Secundário

Curso Profissional de Técnico de Turismo

2025 / 2026

Planificação Anual de Comunicar em Alemão - 12º ano

Turma: 12º J

Professora: Lídia Oliveira

1 - Estrutura e Finalidades da disciplina

A disciplina de **Comunicar em Alemão** integra a componente de formação técnica do curso profissional de Técnico de Turismo. Pretende-se com esta disciplina que os alunos desenvolvam competências básicas noutra língua estrangeira para além da estudada na componente de formação sociocultural.

A integração desta disciplina na componente de formação técnica do curso de Técnico de Turismo reveste-se de particular importância, uma vez que o Alemão é uma das línguas mais faladas na Europa. Assim, a aprendizagem desta língua estrangeira, permitirá ao aluno familiarizar-se com vocabulário técnico específico do sector onde desenvolverá a sua atividade profissional, gerando novas competências. Os módulos encontram-se divididos da seguinte forma: 10.º ano, módulos 1, 2, 3; 11.º ano, módulos 4, 5, 6; e 12º ano, módulos 7,8 e 9. Os alunos têm aulas duas vezes por semana, distribuídas por 1 tempo de 45 minutos num dia e 2 tempos de 45 minutos noutro dia.

2- Planificação

O referencial de formação poderá ser consultado na formação técnica do curso profissional de Técnico de Turismo, do item *programas* no *site* da Agência Nacional para a Qualificação <https://anqep.gov.pt/hp4/240.html>

A planificação seguinte foi aprovada na reunião de grupo de recrutamento 340, no dia 01 de outubro de 2025.

Período	Domínios de Aprendizagem	N.º de tempos
	Módulo 7 - As Novas Tecnologias da Informação e o Turismo	18h
1º Período 16 de setembro a 6 de novembro	- Compreender e manifestar-se sobre a evolução dos meios de comunicação tradicionais - Identificar as inovações tecnológicas mais marcantes da atualidade - Compreender e manifestar-se sobre Internet como forma de divulgação e venda de produtos e destinos turísticos - Identificar os sectores do turismo que foram revolucionados pelas novas tecnologias - Identificar as diferenças entre um texto em suporte de papel e a apresentação de conteúdos em formato eletrónico - Identificar o impacto das TIC no turismo - Tomar conhecimento do conteúdo e organização dos sites de divulgação e promoção turística de localidades e regiões. - Tomar conhecimento do conteúdo e organização de sites de promoção e venda de produtos turísticos: - Agências de viagens. - Companhias aéreas <i>low-cost</i> - Hotéis com páginas on-line - Funções da linguagem relevantes para os objetivos de aprendizagem definidos	24 tempos de 45 minutos
	Módulo 8– Comunicação em Turismo	18h
1º e 2º Período 11 de novembro a 20 de janeiro	- Identificar diferentes registos de língua - Conhecer as características dos diferentes registos de língua e saber utilizá-los em situação - Endereçar um envelope - Redigir cartas formais: - pedir e enviar informação - reclamar e responder a uma reclamação - fazer e confirmar uma reserva - Preencher formulários - de reserva hoteleira - de registo num site (envio de dados pessoais) - de reserva de voo - Familiarizar-se com o preenchimento de documentos como facturas, vouchers, etc. - Falar ao telefone: receber e atender chamadas. - Descodificar registos áudio (atendedor automático de chamadas) - Conhecer algumas das abreviaturas mais utilizadas no envio de SMS. - Linguagem formal e informal. - O e-mail - A SMS. - A carta formal: - o envelope - a disposição dos elementos na página - algumas expressões e fórmulas correntes - Pedido e envio de informação. - Reclamação e resposta a reclamação. - Reserva e confirmação de reserva. - Formulários on-line e em suporte de papel. - Funções da linguagem relevantes para os objetivos de aprendizagem definidos	24 tempos de 45 minutos
	Módulo 9– Promoção Turística	18h
2º Período 20 de janeiro a 24 de março	- Recolher informações simples, mas relevantes, as quais poderão ser reutilizadas para informar o turista - Compreender um texto escrito sob a forma de documento turístico e a partir dele redigir um texto promocional, inserindo nele os elementos adequados e recorrendo ao léxico específico - Conceber e redigir uma carta promocional a partir de uma situação e de elementos fornecidos previamente - Analisar um pedido e as suas características - Refletir sobre sugestões a fazer; avaliar e indicar o preço do serviço - Reutilizar informações factuais e de as apresentar sob a forma de texto construído, tendo em conta a sua funcionalidade - Ler e descodificar um documento informativo e fazer perguntas relevantes para identificar os gostos e necessidades do cliente, propor serviços e persuadir o cliente - Promover uma empresa (hotel, agência de viagens, etc.), a sua imagem e produtos: - Os diferentes produtos da empresa, sua caracterização e valorização. - Mensagens promocionais: pequenos anúncios, textos e folhetos publicitários - A promoção de uma região:	24 tempos de 45 minutos



	- A região e as suas características: recomendações úteis, cuidados e precauções a tomar antes e durante a viagem, informações sobre tradições, hábitos, comportamentos, etc. - Valorização e divulgação dos atributos de uma região: história, clima, fauna, flora, população, etc. - Mensagens promocionais orais e/ou escritas sobre um destino turístico. - A fidelização do cliente: - Análise de uma ação de fidelização - Seleção de produtos para clientes específicos - Conceção e redação de uma carta de fidelização - Funções da linguagem relevantes para os objetivos de aprendizagem definidos	
--	---	--

Avaliação dos módulos:

vide referencial de avaliação da disciplina

