

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Facultatea de Geografie
1.3 Departamentul	Geografie Umană și Turism
1.4 Domeniul de studii	Geografie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Geografia Turismului

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	ACTIVITATEA AGENȚIILOR DE TURISM						
2.2 Titularul activităților de curs	Șef lucr. dr. Cristina Bolog						
2.3 Titularul activităților de seminar	Șef lucr. dr. Cristina Bolog						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	E	2.7 Regimul disciplinei	DOb

3. Timpul total estimat (ore pe semestru al activităților didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	3	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	1
3.4 Total ore din planul de învățământ	42	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	14
Distribuția fondului de timp					Ore
Studiul după manual, suport de curs, bibliografie și notițe					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					20
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					20
Tutoriat					8
Examinări					5
Alte activități ...					-
3.7 Total ore studiu individual	83				
3.8 Total ore pe semestru	125				
3.9 Numărul total de credite	5				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințele însușite prin aprofundarea conținuturilor predate în cadrul disciplinelor <i>Drept comercial și legislație în turism, Economia turismului și întreprinderii de turism, Organizarea serviciilor în turism, Tehnici operaționale în turism, Ghidaj turistic, Comunicare și imagine în turism</i> facilitează înțelegerea și accesibilitatea temelor propuse, iar în subsidiar, cursanții își vor consolida baza conceptuală operațională prin activarea și valorificarea fondului informațional preexistent.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Continuitatea valorificării aplicative a cunoștințelor dobândite permite o parcurgere graduală a capitolelor, în strânsă relație cu tematica disciplinelor anterior studiate.

5. Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sală dotată cu calculator/laptop, videoproiector, conexiune la Internet
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Sală dotată cu calculator/laptop, videoproiector, conexiune la Internet

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> C1 Inițierea în crearea și promovarea produselor turistice. C2 Utilizarea adecvată a bazelor de date și a platformelor de rezervare moderne în vederea integrării în tendințele turistice și a gestionării durabile a activității agenției de turism: platforme intra și extranet, sisteme de rezervare computerizate. C3 Înțelegerea relației funcționale dintre agenția de turism și colaboratorii săi pe baza aplicării procedurilor de rezervare, confirmare, urmărire, control și evaluare. C4 Utilizarea studiului geografic pentru crearea documentației necesare în activitatea departamentală a agenției de turism (turism intern, turism extern, incoming, ticketing, ghidaj turistic). C5 Dobândirea competențelor de comunicare pre- și post-vânzare.
--------------------------------	---

Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> CT1 Însușirea capacității de a relaționa eficient și constructiv în diverse contexte ale comunicării în activitatea agenției de turism: a tolera alte puncte de vedere, a conștientiza responsabilitatea individuală și colectivă, a crea încredere și empatie în alți indivizi. CT2 Dezvoltarea capacității de a gândi și raționa utilizând reprezentări ale diverselor situații matematice și formarea competențelor digitale necesare în departamentele agenției de turism CT3 Formarea abilităților antreprenoriale prin dezvoltarea inițiativei și a capacității de a răspunde pozitiv la schimbări, de a lucra în mod cooperant și flexibil în cadrul unei echipe, de a evalua și a-și asuma răspunderi în diverse situații
--------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (reieșind din grila competențelor specifice acumulate)

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Însușirea bazei operaționale necesare în utilizarea metodelor și tehnicilor proprii activității agenției de turism, prin prisma conexiunilor dintre acestea: <i>analize tipologice, structurarea și dinamica agenției de turism, funcționarea și evaluarea activității departamentale, calarea pe noile tendințe și inovații în domeniu.</i>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Inițierea studenților în activitatea agențiilor de turism, prin analiza și interpretarea relațiilor structurale, informaționale, financiare și interumane, în contextul cadrului legislativ și normativ actual. Familiarizarea studenților cu coordonatele practic-aplicative ale activității agențiilor de turism, care au ca finalitate colaborarea cu partenerii implicați în actul turistic (de la intermedierea, la prestarea serviciilor turistice), elaborarea produselor turistice și comercializarea acestora, precum și aspectele legate de comunicarea internă și externă. Aplicarea metodelor moderne de lucru în activitățile de rezervare, confirmare, tarife și urmărirea acțiunilor turistice. Formarea abilităților de comunicare și de operaționalizare a cunoștințelor însușite prin elaborarea și susținerea de proiecte axate pe aprofundarea unor studii de caz prezentate în tematica aferentă cursului.

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
1. Introducere în activitatea agențiilor de turism 1.1. Tipologia agențiilor de turism 1.2. Conceptele și terminologia utilizate în activitatea agențiilor de turism 1.3. Înființarea/desființarea agenției de turism 1.4. Înregistrarea mărcii 1.5. Scurt istoric al agențiilor de turism 1.6. Apartenența la structurile asociative din turism	<ul style="list-style-type: none"> expunerea combinată cu metode activ-participative 	2 ore
2. Organizarea internă, personalul și amangementul agenției de turism 2.1. Principalele activități ale agenției de turism 2.2. Structura agenției de turism 2.3. Personalul agenției de turism 2.4. Managementul agenției de turism	<ul style="list-style-type: none"> metode didactice activ-participative prelegere orală cu secțiuni interactive 	2 ore
3. Tur operatorul (organizatorul) și Agenția de turism detailistă (intermediară) 3.1. Diferențe și similitudini 3.2. Contractele de colaborare și comisionare 3.3. O agenție de turism profitabilă: proceduri, control, evaluare și prognoză.	<ul style="list-style-type: none"> expunerea interactivă analiza comparativă modelarea exemplificarea 	2 ore
4. Produsul turistic 4.1. Definiția și elementele componente ale produsului turistic 4.2. Tipuri de tour-uri organizate 4.3. Factori implicați în crearea produsului turistic 4.4. Conceperea produsului turistic și calculul tarifar 4.5. Întocmirea programului și a ofertei turistice 4.6. Mystery Shopping	<ul style="list-style-type: none"> prelegere orală cu secțiuni interactive (studiu de caz) documentarea pe web utilizarea instrumentelor on-line specializate problematizarea explicația lucrul în grup organizat 	2 ore
5. Colaborarea agenției de turism cu unitățile de cazare și centrele de vacanță 5.1. Unitățile hoteliere și centrele de vacanță: structură și facilități 5.2. Înțelegerea termenilor contractuali de colaborare 5.3. Contingentele de cazare	<ul style="list-style-type: none"> conversația euristică explicația prelegere orală cu secțiuni interactive 	2 ore

5.3. Gestionarea rezervărilor, confirmărilor și plăților		
6. Introducere în activitatea de rezervări aeriene 6.1. Originea și dezvoltarea transportului aerian internațional 6.2. Companiile aeriene tradiționale 6.3. Eficiența modelului low-cost 6.4. Cursele charter 6.5. IATA 6.6. Traffic Conference Areas 6.7. Principalele CRS 6.8. Codări/decodări în activitatea de ticketing 6.9. Rezervarea și tarifarea biletelor de avion 6.10. Informațiile de zbor	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • explicația • folosirea aplicațiilor soft specializate • instruirea programată • documentarea pe web 	2 ore
7. Colaborarea agenției de turism cu transportorii rutieri 7.1. Avantajele călătoriei în grup cu autocarul 7.2. Organizarea turului cu autocarul și proceduri de rezervare 7.3. Înțelegerea termenilor contractuali 7.4. Activitatea de rent-a-car 7.5. Abordarea segmentului de incoming în România	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • explicația • lucrul în grup organizat • documentarea pe web 	2 ore
8. Transportatorii turistice maritime și piața croazierelor 8.1. CLIA 8.2. Marile linii de croazieră 8.3. Structura și facilitățile unui vas de croazieră 8.4. Destinațiile de croazieră 8.5. Produsul turistic de tip croazieră și costurile acestuia 8.6. Clientela croazierelor	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • analiza comparativă • investigația în comun • documentarea pe web 	2 ore
9. Segmentul Business în activitatea agenției de turism 9.1. Oferirea de servicii competitive 9.2. Turismul de afaceri 9.3. Segmentul MICE 9.4. Produsul turistic adaptat segmentului Business	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • conversația euristică • explicația 	2 ore
10. Colaborarea cu ghidul de turism. Animația în turism 10.1. Contractele cu ghidul de turism 10.2. Atribuțiile și activitățile ghidului de turism 10.3. Animația și animatorul turistic	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • dezbateră • conversația euristică 	2 ore
11. Promovarea și materialele publicitare în turism 11.1. Construirea brand-ului și crearea manualului de identitate 11.2. Modalități de promovare a produselor turistice 11.3. Strategii de comercializare a produselor turistice	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative (discuții interactive, investigații în comun) 	2 ore
12. Clientul și pașii necesari în vânzarea pachetelor turistice 12.1. Primul contact 12.2. Întrevederea 12.3. Elaborarea și oferirea pachetului de servicii turistice 12.4. Negocierea și semnarea contractului cu clientul 12.5. Serviciile post-vânzare, desfășurarea și evaluarea pachetului de servicii 12.6. Tratarea obiecțiilor și reclamațiilor	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • documentarea pe web 	2 ore
13. Efectuarea plăților 13.1. Operarea cu valută și cărți de credit 13.2. Documentele de încasare și urmărirea efectuării plăților 13.3. Întocmirea situațiilor financiare	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative • lucrul în grup 	2 ore
14. Strategie și planificare a producției turistice. Tendințe și inovare în activitatea agenției de turism 14.1. Performanță și competitivitate turistică 14.2. Impactul Covid-19 asupra activității agențiilor de turism și asupra producției turistice 14.3. Principalele tendințe din turism 14.4. Inovațiile globale din industria turismului	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative • analiza comparativă • conversația euristică 	2 ore
Bibliografie 1. Altman, I. (2004), Management și marketing în unitățile de turism, Ed. Eurodidact, Cluj-Napoca 2. Altman, I. (2007), Negocierea, Ed. Eclatant, Cluj-Napoca 3. Boyer, M., Viallon, P. (1994), La communication touristique, Ed. Presses Universitaires de France, Paris		

4. Canargie, D, Crom, J.O., Crom, M.A. (2003) Tehnici de a vinde, Ed. Curtea Veche, București
5. Câmpeanu-Sonea, Eugenia (2006), Managementul firmei prestatoare de servicii în turism, Ed. Riosprint, Cluj-Napoca
6. Davidson, R. (1992), Tourism in Europe, Ed. Pitman, London
7. Koetler, P. (2004), Ten Deadly Marketing Sins, Ed. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey
8. Lukacs, J. (2005), Povestea „orașului - comoară”, Ed. Biblioteca Apostrof, Cluj-Napoca (2005)
9. Sampad Kumar Swain, Travel Agency and Tour Operations Management, Pondicherry University
10. Stănculescu, Gabriela (2003), Managementul operațiunilor de turism, Ed. All Beck, București
11. Stănculescu, Gabriela (2005), Managementul agenției de turism, Ed. ASE, București
12. Stănculescu, Gabriela (2006), Animația și animatorul în turism, Ed. Uranus, București
13. Stănculescu, Gabriela, Marin-Pantelescu, Andreea (2008), Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme, Ed. ASE, București
14. Syrratt, Gwenda (1992), Manual of Travel Agency Practice, Ed. Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford
15. Ureche, Cornelia (2006), Agenția de turism. Tehnici de rezervare, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
16. Vellas, F., Becherel, L. (1995), International Tourism, Ed. Macmillan, Londra
17. ***(2003), *Passenger Air Tariff, Training Extract*, Ediția a 2-a, Published by IATA & SITA

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
1. Circuitul informațional, financiar și de personal în cadrul agenției de turism <i>Rolul și utilizarea informației în cadrul agenției de turism, serviciile pre- și post-vânzare, intrări și ieșiri financiare.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • explicația • problematizarea • observarea independentă • investigația în comun 	2 ore
2. Documentația utilizată în activitatea agentului de turism <i>Întocmirea următoarelor documente: contract cadru, comanda-contract, asigurare medicală și STORNO, chitanță, factură, voucher</i>	<ul style="list-style-type: none"> • studiul de caz • lucrul în grup organizat 	2 ore
3. Colaboratorii agenției de turism. Târgul de turism. <i>Structura și activitățile din cadrul unui târgului de turism, tipuri de participare și participanți, utilitatea participării. Studii de caz: WTM – Londra, Internationale Tourismborse - Berlin, Târgul Internațional de Turism Hungexpo - Budapesta, Târgul Internațional de Turism - București, Târgul de Turism 'Touristica' - Cluj-Napoca etc.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • modelarea • studiul de caz • lucrul în grup organizat 	2 ore
4. Conceperea produsului turistic <i>Analiza de preț pentru produse turistice de tip sejur, croazieră și circuit.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • studiul de caz • brainstorming • observația dirijată • prezentări de proiecte: dezbateri/ analize tematice 	2 ore
5. Crearea și promovarea ofertei turistice <i>Stabilirea elementelor componente ale programului și ofertei turistice. Crearea afișului turistic.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • lucru în echipă • studiul de caz • brainstorming • prezentări de proiecte: dezbateri/ analize tematice 	2 ore
6. Activitatea și rolul angajaților în cadrul agenției de turism <i>Dialogul argumentat cu turistul</i>	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea • problematizarea • joc de roluri 	4 ore

Bibliografie

1. Boyer, M., Viallon, P. (1994), La communication touristique, Ed. Presses Universitaires de France, Paris
2. Canargie, D, Crom, J.O., Crom, M.A. (2003) Tehnici de a vinde, Ed. Curtea Veche, București
3. Davidson, R. (1992), Tourism in Europe, Ed. Pitman, London
4. Koetler, P. (2004), Ten Deadly Marketing Sins, Ed. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey
5. Lukacs, J. (2005), Povestea „orașului - comoară”, Ed. Biblioteca Apostrof, Cluj-Napoca (2005)
6. Stănculescu, Gabriela (2003), Managementul operațiunilor de turism, Ed. All Beck, București
7. Stănculescu, Gabriela (2005), Managementul agenției de turism, Ed. ASE, București
8. Stănculescu, Gabriela (2006), Animația și animatorul în turism, Ed. Uranus, București
9. Stănculescu, Gabriela, Marin-Pantelescu, Andreea (2008), Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme, Ed. ASE, București
10. Syrratt, Gwenda (1992), Manual of Travel Agency Practice, Ed. Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford
11. Ureche, Cornelia (2006), Agenția de turism. Tehnici de rezervare, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca

9. Coroborarea conținuturilor disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității epistemice, asociațiilor profesionale și angajatori reprezentativi din domeniul aferent programului

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu ceea ce se face în alte centre universitare din țară și din străinătate.
- Din analiza opiniilor formulate de angajatori privind atributele preferențiale ale formației de specialiști a rezultat un grad ridicat de apreciere a profesionalismului acestora, ceea confirmă faptul că, structura și conținutul curriculei educaționale construită pentru acest program de studii sunt corecte, cuprinzătoare și eficiente.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> • verificarea gradului de sistematizare și utilizare a noțiunilor însușite • coerența logică și forța argumentativă • gradul de asimilare a terminologiei de specialitate • aspectele atitudinale: interesul pentru studiu individual 	Evaluare secvențială (orală) în timpul semestrului: <ul style="list-style-type: none"> - expunerea liberă - conversația de evaluare - chestionarea orală - participarea activă la cursuri 	10%
		Evaluare scrisă sumativă finală de tip Quiz (întrebări cu variante multiple de răspuns) pe platforma MS Teams	40%
10.5 Seminar/ Laborator	<ul style="list-style-type: none"> • capacitatea de aplicare în practică • capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate • criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiinciozitatea, interesul pentru studiu individual 	Elaborare și realizare protofoliu seminar	20%
		Evaluare orală finală Participarea activă la seminarii <ul style="list-style-type: none"> - expunerea liberă - conversația de evaluare - chestionarea orală - participarea activă la cursuri 	10%
10.6 Standard minim de performanță <ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea aspectelor teoretice și metodologice de bază ale Activității agenților de turism (concepte, principii, metode, mijloace, indicatori, date și informații) în scopul de a le înțelege, a le aprofunda și a le aplica în crearea, gestionarea și vânzarea produselor turistice, în colaborarea cu partenerii, precum și în comunicarea și negocierea cu clientul și în cadrul agenției de turism. 			

Notă explicativă:

- 20 % evaluarea activității de pe parcursul semestrului: activitatea cumulată de la cursuri, lucrări practice/activități (puncte obținute de-a lungul semestrului la curs sau LP); maximum de puncte posibil a fi obținute este 10 (zece);
- 40% colocviu – elaborare și evaluarea portofoliului semestrial;
- 40 % examen la sfârșit de semestru.

Data completării
20.04.2021

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar




Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament

.....

.....