

FIȘA DISCIPLINEI

1. Date despre program

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea "Babeș-Bolyai", Cluj-Napoca
1.2 Facultatea	Geografie
1.3 Departamentul	Geografie Umană și Turism
1.4 Domeniul de studii	Geografia
1.5 Ciclul de studii	Masterat
1.6 Programul de studii	Geografie

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Informare turistică și promovarea destinațiilor						
2.2 Titularul activităților de curs	Șef lucrări dr. Oprea Marius						
2.3 Titularul activităților de seminar	Șef lucrări dr. Oprea Marius						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	C	2.7 Regimul disciplinei	Opt.

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					25
Documentare suplimentară în Centre de informare turistică, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					22
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii practice					22
Tutoriat					8
Examinări					6
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"> Cunoștințe declarative generale dobândite în cadrul ciclului de studii de la nivel licență (Geografia generală a turismului, Geografia turismului în România, Turism internațional, Regiuni și regionale turistică), importante în aprofundarea conținuturilor conceptuale și operaționale propuse.
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințe procedurale specifice rezultate în urma parcurgerii disciplinelor sus-menționate Competențe transversale de: aplicare a tehnicilor de muncă eficientă în echipă multidisciplinară, atitudine etică față de grup, respect față de

	diversitate și multiculturalitate, acceptare a diversității de opinie; aplicare a strategiilor de muncă eficientă și responsabilă, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională.
--	---

Condiții (acolo unde este cazul)

5.1 de desfășurare a cursului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de curs dotată cu: videoproiector, calculator conectat la internet, hărți murale ale României.
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> Sală de seminar dotată cu videoproiector și cu calculator conectat la internet.

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none"> Definirea și descrierea principalelor noțiuni, legități, procese și fenomene turistice, explicarea genezei și evoluției lor. Identificarea și analiza potențialului geografic în scop turistic și promovarea acestuia; Prelucrarea datelor obținute în cadrul unor cercetări teoretice și analiza rezultatelor; Folosirea TIC pentru prelucrarea informațiilor și analiza lor; Argumentarea soluțiilor pe baza coroborării informațiilor din diferite surse, cu caracter didactic, științific și de popularizare din domeniul geografiei; Cunoașterea principalelor caracteristici geografice și culturale ale resurselor turistice ale unei zone turistice în vederea informării și promovării turistice Capacitatea de analiză a modalităților și posibilităților de valorificare a potențialului turistic; Interpretarea hărților turistice.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none"> Aplicarea strategiilor de muncă eficientă și responsabilă, pe baza principiilor, normelor și a valorilor codului de etică profesională; Operarea cu noțiuni complexe; Capacitatea de analiză și sinteză a informațiilor și cunoștințelor, de comunicare științifică a rezultatelor cercetării.

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> Furnizarea cunoștințelor necesare pentru înțelegerea funcționalității și a activităților de informare turistică și promovarea destinațiilor turistice.
7.2 Obiectele specifice	<ul style="list-style-type: none"> Cunoașterea factorilor care motivează turiștii să călătorească și indentificare modele de comportament și tipologii ale turiștilor Analiza managementului destinațiilor turistice prin studii de caz ale operatorilor publici, privați și al sistemului colaborativ Cunoașterea și familiarizarea activitățile din cadrul centrelor de informare turistică Familiarizarea cu direcțiile noi de dezvoltarea destinațiilor turistice: SAS (Sustainable, Accessible and Smart)

	<ul style="list-style-type: none"> • Inovarea și digitalizare în turism prin conceperea materialelor turistice de informare turistică în format digital • Aplicarea unor strategii de promovare a destinațiilor turistice • Identificarea de direcții noi de promovare a nișelor de turism și digitalizarea ofertelor turistice prin
--	---

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Informarea și promovarea turistică a destinațiilor turistice - elemente cheie în turism	Expunerea Dezbaterea	2 ore
Managementul destinațiilor turistice Managementul public privat și managementul colaborativ al destinațiilor turistice	Expunerea Dezbaterea Studiu de caz	2 ore
Dezvoltare turistică a destinațiilor turistice Strategii și direcții noi de dezvoltarea destinațiilor turistice: SAS (Sustainable, Accessible and Smart) destinations	Expunerea Explicația Studiu de caz	2 ore
Centrelor de Informare Turistică (CIT) (tipologia, rolul și scopul, funcționalitate, amplasament, dotări, personalul Centrelor de Informare Turistică)	Expunerea Explicația Activitate de teren la CIT	2 ore
Activitățile de prospectare turistică în Centrele de Informare Turistică (Analiza arealului, istoric, legende, obiective turistice, experiențe turistice, evenimente cazare și alimentație, transport)	Expunerea Explicația Studiul de caz	2 ore
Conceperea materialelor turistice de informare turistică în format fizic (pliante, broșuri, ghiduri, flyere și a altor materiale promoționale)	Expunerea Explicația Studiul de caz	2 ore
Smart tourism – Smart Destinations Inovarea în turism prin conceperea materialelor turistice de informare turistică în format digital (platformă turistică, site, ghid audio, aplicație mobil, realitate augmentată și virtuală AR& VR)	Expunerea Explicația Activitate de teren la CIT	4 ore
Alte activități desfășurate în cadrul centrelor de informare turistică (informarea turistică în cadrul evenimentelor, organizare de evenimente turistice, analiza d.p.d.v turistic a destinație, analiza profilului vizitatorilor, activități administrative)	Expunerea Explicația Dezbaterea Studiul de caz	4 ore
Strategii de promovare turistică a destinațiilor turistice (la nivel local, microregional, județen, regional și național și unional)	Expunerea Dezbaterea Studiul de caz	2 ore
Promovarea turistică în cadrul târgurilor de turism (realizarea materialelor de promovare și pachetelor turistice, activitatea de promovare în cadrul târgurilor de profil)	Expunerea Activitate de teren la un târg de turism	2 ore
Direcțiile noi de promovare a nișelor de turism și digitalizarea ofertelor turistice (promovare turistică pe rețelele de social media, online și în cadrul evenimentelor sportive și culturale)	Explicația Dezbaterea Studiul de caz	2 ore

Managementul parteneriatelor în vederea promovării turistice a destinație și realizarea pachetelor de tip infotrip și presstrip. Campaniile de promovare turistice.	Expunerea Dezbaterea Studiul de caz	2 ore
---	---	--------------

Bibliografie

1. Bähre Heike, Chasovschi Carmen, Năstase Carmen, (2009), *The profile of the tourism information center officer in Romania*, Amfiteatru Economic 11(25):51-60
2. Chasovschi Carmen, Winfried Hildebrandt, Markus Maurin, (2015), *Centrele de Informare Turistica. Ghid Practic /The Handbook of Tourism Information Centers*, Editura Didactică și Pedagogică R.A. - București
3. Ciangă Nicolae, Oprea, Marius George (2018), *România. Geografia Turimului*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
4. Cocean, Pompei (2010), *Patrimoniul turistic al României*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
5. Dias Ana, Gonçalo Santinha , Mário Rodrigues et al. (2019), *Smart Cities and Accessible Tourism: A Systematic Review*. ICT Tools and Applications for Accessible Tourism - www.igi-global.com
6. Labayen Tonda Antonio (2019), *Thematic Tourism and Group Travel: Business idea for a virtual Travel Agency*. Amazon Kindle Edition
7. OMT /WTO (2007), *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, Centro Español de Derechos Reprográficos, Madrid.
8. OMT /WTO (2021), *Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs)*, Madrid
9. Seong Ok Lyu, Jinsoo Hwang (2020), *Are the days of tourist information centers gone? Effects of the ubiquitous information environment*, Tourism Management 48:54-63
10. Stange Jennifer, Brown David (2007), *Tourism Destination Management – Achieving Sustainable and Competitive Results*, International Institute for Tourism Studies The George Washington University, Washington, DC.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Identificarea destinațiilor la nivel local și microregional și alegerea unui studiu de caz Activități de pregătire a unui kit/portofoliu de prezentare a acestuia online.	Explicația Studiul de caz Dezbaterea Munca în grup	2 ore
Metode de prospectarea turistică a resurselor turistice în destinația aleasă.	Explicația Studiul de caz Dezbaterea Munca în grup	2 ore
Editarea unui blog de călătorie vs organizarea unui eveniment de promovare turistică	Explicația Studiul de caz Studiul individual	2 ore
Conceperea și realizarea unei broșuri și a unui pliant de informare și promovare turistică a destinației	Explicația Dezbaterea Studiul de caz	2 ore

	Munca în grup	
Realizarea unui site de promovare turistică a destinație alese.	Explicația Studiul de caz Studiul individual	4 ore
Prezentarea kitului / portofoliului de promovare turistică a zonelor alese.	Explicația Studiul de caz Dezbaterea	2 ore

Bibliografie

1. Ballantyne Roy (2007), *Meeting visitor needs: a handbook for managers and staff of visitor information centres*, Gold Coast, Qld.: Sustainable Tourism
2. Chasovschi Carmen, Winfried Hildebrandt, Markus Maurin, (2015), *Centrele de Informare Turistica. Ghid Practic /The Handbook of Tourism Information Centers*, Editura Didactică și Pedagogică R.A. - București
3. Ciangă Nicolae, Oprea, Marius George (2018), România. Geografia Turismului, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
4. Cocean, Pompei (2010), Patrimoniul turistic al României, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
5. Cooper Chris, Terry De Lacy, Leo Jago (2007), *Visitor information centres: best practice in information dissemination* Sustainable Tourism Pty Ltd
6. D'Ambra John, Nina Mistilis (2011), *Assessing the E-capability of Visitor Information Centers*, Journal of Travel Research 49(2) 206–215.
7. Dias Ana, Gonçalo Santinha, Mário Rodrigues et al. (2019), *Smart Cities and Accessible Tourism: A Systematic Review*. ICT Tools and Applications for Accessible Tourism - www.igi-global.com
8. OMT /WTO (2021), *Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs)*, Madrid
9. Ratten Vanessa (2019), *Tourism Innovation: Technology, Sustainability and Creativity (Innovation and Technology Horizons)*, Routledge, - Amazon Kindle Edition
10. Stange Jennifer, Brown David (2007), *Tourism Destination Management – Achieving Sustainable and Competitive Results*, International Institute for Tourism Studies The George Washington University, Washington, DC.

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

- Conținutul cursului oferă informații, noțiuni, cunoștințe și deprinderi practice necesare și utile absolventului care, în final, poate ocupa poziții de angajat în funcții de execuție sau decizie, la diferite nivele, în domeniul turismului la nivelul diferitelor destinații turistice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
10.4 Curs	Prezența la cursuri	Evaluare secvențială, în timpul semestrului	5%

	Implicarea interactivă Gradul de însușire a cunoștințelor furnizate în cadrul cursului	Evaluare sumativă, la finalul semestrului	70%
10.5 Seminar/laborator	Capacitatea de aplicare practică a cunoștințelor referitoare la caracteristicile principalelor resurse turistice ale unei destinații turistice Conceperea și realizarea materialelor de promovare turistică din portofoliu Prezența și participarea activă la seminarii	Realizarea portofoliului de promovare turistică a destinațiilor turistice și prezentare a acestuia Evaluarea calității intervențiilor personale pe parcursul semestrului	25%
10.6 Standard minim de performanță			
<ul style="list-style-type: none"> • Cunoașterea activităților de informare turistică; • Realizarea portofoliului de promovare turistică a destinațiilor turistice 			

Data completării

20.04.2021

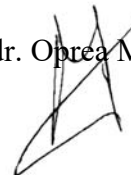
Semnătura titularului de curs

Ș.l. dr. Oprea Marius



Semnătura titularului de seminar

Ș.l. dr. Oprea Marius



Data avizării în departament

Semnătura director de departament

.....