

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	Geografie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii	Geografia turismului

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	PROSPECTARE TURISTICĂ						
2.2 Titularul activităților de curs	Prof. univ. dr. Ștefan Dezsi						
2.3 Titularul activităților de seminar	Șef lucr. dr. Bianca Sorina Răcășan						
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	IV	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					20
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					15
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					15
Tutoriat					6
Examinări					2
Alte activități ...					-
3.7 Total ore studiu individual	58				
3.8 Total ore pe semestru	100				
3.9 Numărul total de credite	4				

4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> Cunoștințele însușite prin parcurgerea și aprofundare conținuturilor predate în cadrul altor discipline parcurse în semestrele anterioare (Geografia generală a turismului, Geografia turismului în România, Potențialul turistic al reliefului, Potențialul hidroclimatic și valorificarea lui), facilitează înțelegerea și sporește accesibilitatea temelor propuse, iar în subsidiar, cursanții își vor consolida baza conceptuală operațională prin activarea și valorificarea fondului de cunoștințe dobândite anterior. În totalitatea lor, cunoștințele prechizite asimilate vor fi foarte utile în rezolvarea lucrărilor de evaluare, cu care se finalizează fiecare modul și în promovarea examenului de evaluare finală.
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 și software adecvat (Power Point, programe de vizualizare a imaginilor și filmelor documentare de specialitate)
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none">Sală echipată cu calculator, videoproiector și software adecvat (Microsoft Office: Word, Excel și PowerPoint) sau laptop și conexiune la Internet (platformă Microsoft Teams funcțională).

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	<ul style="list-style-type: none">C2. Identificarea, inventarierea, analiza caracteristicilor, estimarea valorii atractive și ierarhizarea valorică a resurselor turistice și a sistemului de interrelații creionat la nivelul cererii și ofertei de profil, a în vederea orientării optime a dezvoltării turismului din teritoriile pretabile amenajării turistice.C3. Prelucrarea datelor obținute în cadrul demersurilor prospective de birou și de teren, analiza și interpretarea rezultatelor.C4. Folosirea metodelor și tehnicilor specifice pentru prelucrarea informațiilor și analiza lor în funcție de scopul propus.C5. Argumentarea soluțiilor pe baza coroborării informațiilor prelevate din diferite surse, cu caracter didactic, științific și de popularizare.
Competențe transversale	<ul style="list-style-type: none">CT1. Identificarea elementelor operaționale și componentelor specifice, elaborarea și aplicarea strategiilor optime de dezvoltare turistică funcțională, eficientă și responsabilă, pe baza principiilor, normelor și a valorilor turismului durabil, utilă tuturor celor care doresc să inițieze activități productive în domeniul turismului, începând de la amenajarea unui obiectiv izolat și edificarea primelor baze de cazare și alimentație publică, la promotorii dezvoltării turistice complexe ca potențial atractiv și dotării lor cu o infrastructură polivalentă.CT2. Aplicarea tehnicilor de muncă eficientă în cadrul echipelor multidisciplinare de specialiști.CT3. Utilizarea corectă a noțiunilor din domeniul prospectării și amenajării turistice.CT4. Perceperea corectă a succesiunii logice a fenomenelor observate în teritoriu, realizarea unor corelații logice, trecute prin filtrul discernământului științific și identificarea unor soluții coerente și corect elaborate, bazate pe argumente logice, desprinse din realitățile terenului și a necesităților sociale fidel înregistrate.CT5. Elaborarea unui studiu de prospectare turistică calat pe o unitate teritorială complexă, care relevă veleități pentru afirmarea turistului, prin utilizarea corectă a algoritmilor de analiză, corelare, interpretare și prezentare a informațiilor referitoare la sistemul turistic vizat

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<p>Deschiderea unor noi orizonturi în abordările teoretice și practice menite a permite cunoașterea metodelor și tehnicilor prospectării turistice, fază premergătoare a amenajării și informării turistice, scop în care se realizează o trecere în revistă a metodelor și tehnicilor de prospectare turistică și geoinformare turistică, ca și acțiuni premergătoare ale amenajării și exploatarei eficiente și funcționale a bazelor, obiectivelor și regiunilor turistice.</p> <p>Cunoașterea principiilor, metodelor și mijloacelor de investigare în teren, de reliefare corectă a realității turistice prin prisma dezideratelor vizate de integrare a fiecărei zone și regiuni turistice în circuitele turistice regionale, naționale și internaționale.</p>
--	--

	<p>Astfel, problemelor legate de prospectarea resurselor atractive aparținând cadrului natural (ale reliefului, hidrografice, climatului și biogeografice), a resurselor turistice antropice și regionale, respectiv ale pieței turistice și ale componentelor operaționale majore ale acesteia (cerere și ofertă turistică, produs turistic și a sistemului de interrelații creionat la nivelul cererii și ofertei turistice) sunt asociate celor de metodologie (principii, tehnici și metode ale studiilor prospective). În final, sunt abordate modalitățile concrete ale organizare și derulare a studiilor previzionale și a caracteristicile geoinformării turistice, respectiv structura activității promoționale în turism.</p> <p>După parcurgerea acestui curs introductiv studenții vor fi capabili să acceseze mai ușor cursurile de specialitate din anii superiori, bibliografia de specialitate, dar să se și orienteze spre o anumită direcție de cercetare în cadrul domeniului turistic.</p>
7.2 Obiectele specifice	<p>Obiectivele specifice ale cursului PROSPECTARE TURISTICĂ au menirea de a ghida studenții pentru:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fixarea rolului, locului și importanței prospectării turistice, a etapelor, fazelor și activităților specifice pe care le urmează un demers prospectiv calat asupra unui teritoriu, precum și asupra diferitelor componente ale fondului turistic natural și antropic și ale componentelor operaționale majore ale sistemului turistic (cerere, ofertă, consum și produs turistic); • însușirea metodelor și tehnicilor specifice unui studiu de prospectare turistică în concordanță cu scopul urmărit și eficiența aplicativă; • înțelegerea fenomenului turistic la diferite scări de abordare, în toată complexitatea conferită de modul de combinare în timp și spațiu și de interacțiune specific al întregii game de elemente identificate, cunoașterea și înțelegerea mecanismelor de reacție al acestora la diferite modalități de intervenție a factorului antropic, cu scopul de a decide – luând în calcul toate elementele implicate și implicabile în acest demers complex - modalitatea optimă de amenajare, care să asigure satisfacerea deplină a cererii turistice și a unei eficiențe economice ridicate

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<p>Noțiuni introductive: De ce prospectare și geoinformare turistică? Obiective, principii, metodologie</p> <p>Etape de realizare a unui studiu de prospectare turistică</p> <p>Organizarea studiilor de prospectare turistică</p> <p>Prospectare turistică secvențială pe componente: aspecte urmărite în prospectarea pe componente</p>	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea combinată cu metode activ-participative 	2 ore
<p>Prospectarea resurselor atractive ale reliefului prin prisma funcției recreative, a rolului de fundal peisagistic și de suportul fizic al infrastructurii și tuturor activităților turistice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative • prelegere orală cu secțiuni interactive 	4 ore
<p>Prospectarea resurselor turistice hidrografice: identificarea sectoarelor propice pentru activități ca: înot, navigație de agrement, pescuit; rolul rețelelor hidrografice ca și axe de gravitație economică și socială</p>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • problematizarea • prelegere orală cu secțiuni interactive • exemplificări, comparații, studii de caz 	4 ore
<p>Prospectarea resurselor turistice ale climatului. factorii climatici implicați în amenajarea stațiunilor balneoclimaterice și de schi; decelarea rolului condițiilor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • problematizarea • prelegere orală cu 	2 ore

topoclimatice și bioclimatelor în turism	secțiuni interactive	
Prospectarea turistică a resurselor biogeografice: identificarea rolului de fundal peisagistic, efectului de margine și de insulă, de arii și situri protejate	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • problematizarea • prelegere orală cu secțiuni interactive • exemplificări, comparații, studii de caz 	2 ore
Prospectarea resurselor turistice antropice: vechimea, unicitatea, ineditul, dimensiunea și funcția inițială, caracteristicile etapice proprii prospectării turistice pe diferite componente	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea interactivă • analiza comparativă • lucrul în grup organizat • exemplificări, comparații, studii de caz 	2 ore
Prospectarea turistică regională: metode, avantaje, dezavantaje, riscuri	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • analiza comparativă • exemplificări, comparații, studii de caz 	2 ore
Prospectarea pieței turistice	<ul style="list-style-type: none"> • analiza comparativă • investigația în comun • prezentarea de explicații alternative • exemplificări, • comparații 	2 ore
Prospectarea cererii turistice Particularitățile cererii turistice Prospectarea cantitativă a cererii turistice Analiza statistică a circulației turistice (cercetarea directă a cererii turistice, cuantificarea cererii turistice) Prospectarea motivației și a comportamentului consumatorului de turism Metode, tehnici și procedee utilizate în studiile motivaționale asupra cererii turistice	<ul style="list-style-type: none"> • prelegere orală cu secțiuni interactive • conversația euristică • explicația • prezentarea de explicații alternative • exemplificări, comparații 	2 ore
Prospectarea produsului turistic Caracteristici, metode și tehnici de prospectare în vederea conceperii produselor turistice	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative (studiu de caz, discuții interactive, investigații în comun) 	2 ore
Prospectare turistică pe obiective: legătura cu amenajarea turistică, produsele de geoinformare turistică	<ul style="list-style-type: none"> • metode didactice activ-participative (studiu de caz, discuții interactive, investigații în comun) 	2 ore
Finalitatea unui demers prospectiv, modalitatea de prezentare și difuzare a rezultatelor studiilor, legătura cu amenajarea turistică	<ul style="list-style-type: none"> • prezentarea de explicații alternative • exemplificări, comparații 	2 ore

Bibliografie

1. Baker, M. J. (1993), *Marketing. An Introductory Text*, Fifth Edition, London.
2. Brayman, A. (1992), *Quantity and Quality in Social Research*, Routledge, London-New York.

3. Chelcea, S., (1996), *Cunoașterea vieții sociale. Chestionarul și interviul în ancheta sociologică*, Edit. Inst. Național de Informații, București.
4. Churchill, G. A., jr. (1992), *Basic Marketing Research*, Second Edition, Londra.
5. Cocean, P., (1996), *Geografia turismului*, Edit. Carro, București.
6. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2001), *Prospectare și geoinformare turistică*, , Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
7. Dezsi, Șt. (2006), *Patrimoniul și valorificarea turistică*, Edit.Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
8. Donald, M. H. B. (1990), *Marketing Plans. How to Prepare Them. How to Use Them*, Oxford.
9. Florescu, C., coord. (1992), *Marketing*, Edit. Marketer, București.
10. Florescu, C., Patriche, D. (1973), *Prospectarea pieței*, Edit. Științifică, București.
11. Goeldner, R. Charles, Ritchie, J.R., Brent (2003), *Tourism: principles, practices, philosophies, 9th edition*, John Wiley&Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
12. Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2013), *Turism, teorie și metodologie*, Editura Universitară, București.
13. Mara, V. (2011), *Geografia turismului în România, Metode și tehnici de cercetare*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
14. May, T. (1993), *Social Research. Issues, Methods and Process*, Open University Press, Buckingham/Philadelphia.
15. Muntele, I., Iașu, C. (2003), *Geografia turismului – concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Edit. Sedcom Libris, Iași.
16. Nicolescu, E., (1975), *Marketingul în turism*, Edit. Sport- Turism, București.
17. Rotariu, T., Iluț, P. (1997), *Ancheta sociologică și sondajul de opinie. Teorie și practică*, Edit. Polirom, Iași.
18. Smith, S.L.J. (1996), *Tourism Analysis: A Handbook*, Longman, Harlow, England.
19. Snack, O. (1976), *Economia și organizarea turismului*, Edit. Sport-Turism, București.
20. Snack, O., Baron, P., Neacșu, N. (2001), *Economia turismului*, Edit. Expert, București.

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Prospectarea turistică – baza conceptual-operatională și metodologică. Aspecte contextuale, recapitulative și aplicative în cadrul sistemului turistic	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • expunerea, explicația • observația (independentă, dirijată) • problematizarea • învățarea prin descoperire • investigația în comun 	2 ore
Prospectarea ofertei turistice primare – schema operațională etapică a unui demers prospectiv aplicabil la nivelul resurselor atractive de origine naturală. Aplicații metodologice aprofundate de estimare a valorii potențialului turistic natural	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • expunerea, explicația • exemplificarea, studiul de caz • observația (independentă, dirijată) • analiza comparativă • interpretarea fotografiilor, schemelor • problematizarea • învățarea prin descoperire 	2 ore
Prospectarea ofertei turistice primare – schema operațională etapică a unui demers prospectiv aplicabil la nivelul resurselor atractive de origine antropică. Aplicații metodologice aprofundate de estimare a valorii potențialului turistic antropic	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • expunerea, explicația • exemplificarea, studiul de caz • observația (independentă, dirijată) • analiza comparativă • interpretarea fotografiilor, schemelor • problematizarea • învățarea prin descoperire 	2 ore
Prospectarea ofertei turistice derivate – schema operațională etapică a unui demers prospectiv aplicabil la nivelul bazei tehnico-materiale. Aplicații metodologice aprofundate de estimare a	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • expunerea, explicația • exemplificarea, comparația • studiul de caz • observația (independentă, dirijată) 	2 ore

valorii potențialului turistic al infrastructurii	<ul style="list-style-type: none"> • analiza comparativă • interpretarea fotografiilor, schemelor • problematizarea • învățarea prin descoperire 	
Metode, tehnici și procedee alternative de estimare a valorii potențialului atractiv al unor obiective turistice, teritorii cu vocație turistică și/sau al componentelor sistemului turistic. Aplicații practice comparative	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • expunerea, explicația • exemplificarea, comparația • studiul de caz • observația (independentă, dirijată) • analiza statistică • interpretarea schemelor, tabelelor • problematizarea • învățarea prin descoperire • investigația în comun 	2 ore
Prospectarea produsului turistic în contextul cererii și al consumului de pe piața turistică actuală - direcții și strategii majore de dezvoltare	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică • expunerea, explicația • exemplificarea, comparația • observația (independentă, dirijată) • interpretarea schemelor • problematizarea • învățarea prin descoperire 	2 ore
Prezentarea proiectelor de prospectare a unor areale cu vocație turistică, pe fondul structurii cadru și a metodologiei de elaborare proprie unui demers prospectiv complex sau vizând componentele sistemului turistic	<ul style="list-style-type: none"> • expunerea • exemplificarea • studiul de caz • observația (independentă, dirijată) • analiza comparativă • învățarea prin descoperire • investigația în comun (munca în echipe) 	2 ore

Bibliografie

1. Berbecaru, I., Botez, M. (1977), *Teoria și practica amenajării turistice*, Edit. Sport-Turism, București.
2. Boniface, B. G., Cooper, C. (2001), *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*, 3d ed., Butterworth-Heinemann, Oxford.
3. Ciangă, N. (1997), *Turismul în Carpații Orientali. Studiu de Geografie Umană*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
4. Ciangă, N., Dezsi, Șt., Rotar, Gabriela (2002), *Aspecte privind estimarea valorii potențialului turistic și a bazei materiale din regiunea de nord-vest a României*, în *Studia Univ. Babeș-Bolyai, Seria Geographia*, Vol. XLVI, Nr. 2, pp. 81-90.
5. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2005), *Prospectare și geoinformare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Ed. a II-a, revizuită, Cluj-Napoca.
6. Cocean, P., Dezsi, Șt. (2009), *Geografia turismului*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
7. Dezsi, Șt. (2006), *Patrimoniu și valorificare turistică*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
8. Glăvan, V. (2000), *Turismul în România*, Edit. Economică, București.
9. Ielenicz, M., Comănescu, Laura (2013), *Turism, teorie și metodologie*, Editura Universitară, București.
10. Muntele, I., Iașu, C. (2003), *Geografia turismului – concepte, metode și forme de manifestare spațio-temporală*, Edit. Sedcom Libris, Iași.
11. Mara, V. (2011), *Geografia turismului în România, Metode și tehnici de cercetare*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
12. Nicoară, L., Pușcaș, Angelica (2007), *Regionare turistică mondială*, Edit. Silvania, Ed. a II-a, rev. și adăug., Zalău.

13. Păcurar, Al. (2009), *Turism internațional*, Edit. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
 14. Răcășan, Bianca-Sorina (2018), *Turismul în spațiul rural-montan și de contact marginal din județul Cluj*, Edit. Risoprint, Cluj-Napoca.
 15. Smith, S.L.J. (1996), *Tourism Analysis: A Handbook*, Longman, Harlow, England.

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

- Conținutul disciplinei este în concordanță cu programele și conținuturile altor 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 ce 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 	0%
		Evaluare scrisă (finală) în sesiunea de examene: <ul style="list-style-type: none"> - testare sumativă 	60%
		Participarea activă la cursuri	10%
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 	Elaborarea și prezentarea proiectului de cercetare semestrial conform structurii cadru și a metodologiei de prospectare turistică	15%
		Efectuarea sarcinilor individuale de tip teme de seminar	10%
		Participarea activă la seminarii	5%
10.6 Standard minim de performanță <ul style="list-style-type: none"> • Pentru absolvirea acestei discipline este necesară obținerea unei note finale de minim 5 (cinci); • Notele acordate sunt între 1 (unu) și 10 (zece); • Examenul este scris și durează 60 minute. 			

Data completării,

19.04.2022

Semnătura titularului de curs,

Prof. univ. dr. Dezsi Ștefan

Semnătura titularului de seminar,

Șef lucrări dr. Răcășan Bianca Sorina

Data avizării în departament

Semnătura director de departament,

Prof. univ. dr. Dezsi Ștefan