

## 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 Regională și Planificare Teritorială
1.4 Domeniul de studii	Geografie
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii/Calificarea	Geografia Turismului, linia de studiu în limba germană

### 2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	<b>ACTIVITATEA AGENȚILOR DE TURISM</b>						
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	<b>II</b>	2.5 Semestrul	<b>IV</b>	2.6 Tipul de evaluare	<b>E</b>	2.7 Regimul Disciplinei	<b>DOb</b>

### 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					18
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					4
Examinări					2
Alte activități ...					-
<b>3.7 Total ore studiu individual</b>	<b>58</b>				
<b>3.8 Total ore pe semestru</b>	<b>100</b>				
<b>3.9 Numărul total de credite</b>	<b>4</b>				

### 4. Precondiții (acolo unde este cazul)

4.1 de curriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>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.</li> </ul>
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuitatea valorificării aplicative a cunoștințelor dobândite permite o parcurgere graduală a capitolelor, în strânsă relație cu tematica disciplinelor anterior studiate.</li> </ul>

### 5. Condiții (acolo unde este cazul)

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

## 6. Competențe specifice acumulate

<b>Competențe profesionale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C1 Inițierea în crearea și promovarea produselor turistice.</li> <li>• 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.</li> <li>• C3 Înțelegerea relației funcționale dintre agenția de turism și colaboratorii săi pe baza aplicării procedurilor de rezervare, confirmare, urmărire, control și evaluare.</li> <li>• C4 Utilizarea studiului geografic pentru crearea documentației necesare în activitatea departamentală a agenției de turism (turism intern, turism extern, incoming, ticketing, ghidaj turistic).</li> <li>• C5 Dobândirea competențelor de comunicare pre- și post-vânzare.</li> </ul>
<b>Competențe transversale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• CT2 Dezvoltarea capacității de a gândi și raționa utilizând reprezentări ale diverselor situații matematice și formarea competențelor digitale necesare în departamentele agenției de turism</li> <li>• 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</li> </ul>

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

7.1 Obiectivul general al disciplinei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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></li> </ul>
7.2 Obiectivele specifice	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inițierea studenților în activitatea agențiilor de turism, prin analiza și interpretarea relațiilor structurale, informaționale, financiare și interumane, în contextul cadrului legislativ și normativ actual.</li> <li>• 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.</li> <li>• Aplicarea metodelor moderne de lucru în activitățile de rezervare, confirmare, tarifare și urmărire a acțiunilor turistice.</li> <li>• 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.</li> </ul>

## 8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
<b>1. Introducere în activitatea agențiilor de turism</b> 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• expunerea combinată cu metode activ-participative</li> </ul>	2 ore
<b>2. Organizarea internă și personalul agenției de turism</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• metode didactice</li> </ul>	2 ore

<p>2.1. Principalele activități ale agenției de turism</p> <p>2.2. Structura agenției de turism</p> <p>2.3. Personalul agenției de turism</p> <p>2.4. Apartenența la structurile asociative din turism</p> <p>2.5. Managementul agenției de turism</p>	<p>activ-participative</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere orală cu secțiuni interactive</li> </ul>	
<p><b>3. Tur operatorul și Agenția de turism detailistă</b></p> <p>3.1. Diferențe și similitudini</p> <p>3.2. Contractele de colaborare și comisionare</p> <p>3.3. O agenție de turism profitabilă: proceduri, control, evaluare și prognoză.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• expunerea interactivă</li> <li>• analiza comparativă</li> <li>• modelarea</li> <li>• exemplificarea</li> </ul>	2 ore
<p><b>4. Produsul turistic</b></p> <p>4.1. Definierea și elementele componente ale produsului turistic</p> <p>4.2. Tipuri de tour-uri organizate</p> <p>4.3. Factori implicați în crearea produsului turistic</p> <p>4.4. Conceperea produsului turistic și calculul tarifar</p> <p>4.5. Întocmirea programului și a ofertei turistice</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere orală cu secțiuni interactive (studiu de caz)</li> <li>• documentarea pe web</li> <li>• utilizarea instrumentelor on-line specializate</li> <li>• problematizarea</li> <li>• explicația</li> <li>• lucrul în grup organizat</li> </ul>	2 ore
<p><b>5. Colaborarea agenției de turism cu unitățile de cazare și centrele de vacanță</b></p> <p>5.1. Unitățile hoteliere și centrele de vacanță: structură și facilități</p> <p>5.2. Înțelegerea termenilor contractuali de colaborare</p> <p>5.3. Contingentele de cazare</p> <p>5.3. Gestionarea rezervărilor, confirmărilor și plăților</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• conversația euristică</li> <li>• explicația</li> <li>• prelegere orală cu secțiuni interactive</li> </ul>	2 ore
<p><b>6. Introducere în activitatea de rezervări aeriene</b></p> <p>6.1. Originea și dezvoltarea transportului aerian internațional</p> <p>6.2. Companiile aeriene tradiționale</p> <p>6.3. Eficiența modelului low-cost</p> <p>6.4. Cursele charter</p> <p>6.5. IATA</p> <p>6.6. Traffic Conference Areas</p> <p>6.7. Principalele CRS</p> <p>6.8. Codări/decodări în activitatea de ticketing</p> <p>6.9. Rezervarea și tarifarea biletelor de avion</p> <p>6.10. Informațiile de zbor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• conversația euristică</li> <li>• explicația</li> <li>• folosirea aplicațiilor soft specializate</li> <li>• instruirea programată</li> <li>• documentarea pe web</li> </ul>	2 ore
<p><b>7. Colaborarea agenției de turism cu transportatorii rutieri</b></p> <p>7.1. Avantajele călătoriei în grup cu autocarul</p> <p>7.2. Organizarea turului cu autocarul și proceduri de rezervare</p> <p>7.3. Înțelegerea termenilor contractuali</p> <p>7.4. Activitatea de rent-a-car</p> <p>7.5. Abordarea segmentului de incoming în România</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• expunerea interactivă</li> <li>• explicația</li> <li>• lucrul în grup organizat</li> <li>• documentarea pe web</li> </ul>	2 ore

<b>8. Transportatorii turistici maritimi și piața croazierelor</b> 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"> <li>• prelegere orală cu secțiuni interactive</li> <li>• analiza comparativă</li> <li>• investigația în comun</li> <li>• documentarea pe web</li> </ul>	2 ore
<b>9. Segmentul Business în activitatea agenției de turism</b> 9.1. Oferirea de servicii competitive 9.2. Turismul de afaceri 9.3. Segmentul MICE 9.4. Produsul turistic adaptat segmentului Bussiness	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere orală cu secțiuni interactive</li> <li>• conversația euristică</li> <li>• explicația</li> </ul>	2 ore
<b>10. Activitatea de ghid turistic și animația în turism</b> 10.1. Comportamentul și comunicarea ghidului de turism 10.2. Activitățile ghidului de turism 10.3. Animația și animatorul turistic	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prelegere orală cu secțiuni interactive</li> <li>• dezbateră</li> <li>• conversația euristică</li> </ul>	2 ore
<b>11. Publicitatea și materialele publicitare în turism</b> 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"> <li>• metode didactice activ-participative (discuții interactive, investigații în comun)</li> </ul>	2 ore
<b>12. Clientul și pașii necesari în vânzarea pachetelor turistice</b> 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"> <li>• expunerea interactivă</li> <li>• documentarea pe web</li> </ul>	2 ore
<b>13. Efectuarea plăților</b> 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"> <li>• metode didactice activ-participative</li> <li>• lucrul în grup</li> </ul>	2 ore
<b>14. Trenduri și inovare în activitatea agenției de turism</b> 14.1. Principalele tendințe în turism 14.2. Inovațiile globale din industria turismului	<ul style="list-style-type: none"> <li>• metode didactice activ-participative</li> <li>• analiza comparativă</li> <li>• conversația euristică</li> </ul>	2 ore
<b>Bibliografie</b> 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. Stănciulescu, Gabriela (2003), Managementul operațiunilor de turism, Ed. All Beck, București
10. Stănciulescu, Gabriela (2005), Managementul agenției de turism, Ed. ASE, București
11. Stănciulescu, Gabriela (2006), Animația și animatorul în turism, Ed. Uranus, București
12. Stănciulescu, Gabriela, Marin-Pantelescu, Andreea (2008), Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz și probleme, Ed. ASE, București
13. Syrratt, Gwenda (1992), Manual of Travel Agency Practice, Ed. Butterworth-Heinemann Ltd., Oxford
14. Ureche, Cornelia (2006), Agenția de turism. Tehnici de rezervare, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
15. Vellas, F., Becherel, L. (1995), International Tourism, Ed. Macmillan, Londra
16. \*\*\*(2003), *Passenger Air Tariff, Training Extract*, Ediția a 2-a, Published by IATA & SITA

8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
<b>1. Circuitul informațional, financiar și de personal în cadrul agenției de turism</b> <i>Calculul financiar, necesarul de informații și de personal pentru înființarea agenției de turism. Serviciile pre- și post-vânzare</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• conversația euristică</li><li>• explicația</li><li>• problematizarea</li><li>• observarea independentă</li><li>• investigația în comun</li></ul>	2 ore
<b>2. Documentația utilizată în activitatea agentului de turism</b> <i>Întocmirea următoarelor documente: contract cadru, comanda-contract, asigurare medicală și STORNO, chitanță, factură, voucher</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• studiul de caz</li><li>• lucrul în grup organizat</li></ul>	2 ore
<b>3. Colaboratorii agenției de turism. Târgul de turism.</b> <i>Studii de caz: Internationale Tourismborse - Berlin, Târgul Internațional de Turism Hungexpo - Budapesta, Târgul Internațional de Turism - București, Târgul de Turism 'Touristica' - Cluj-Napoca</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• modelarea</li><li>• lucrul în grup organizat</li></ul>	2 ore
<b>4. Conceperea produsului turistic</b> <i>Analiza de preț pentru produse turistice de tip sejur, croazieră și circuit.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• conversația euristică</li><li>• studiul de caz</li><li>• brainstorming</li><li>• observația dirijată</li><li>• prezentări de proiecte: dezbateri/analize tematice</li></ul>	2 ore
<b>5. Crearea și promovarea ofertei turistice</b> <i>Stabilirea elementelor componente ale programului și ofertei turistice. Crearea afișului turistic.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• lucru în echipă</li><li>• studiul de caz</li><li>• brainstorming</li><li>• prezentări de proiecte: dezbateri/analize tematice</li></ul>	2 ore
<b>6. Activitatea și rolul angajaților în cadrul agenției de</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• expunerea</li></ul>	2 ore

<b>turism</b> <i>Dialogul argumentat cu turistul</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• problematizarea</li> <li>• joc de roluri</li> </ul>	
<b>7. Activitatea de ghid turistic</b> <i>Activitatea de organizare, coordonare, informare și animare a turiștilor.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• activități practice pe grupe, în teren</li> <li>• observația dirijată</li> <li>• investigația în comun</li> <li>• analiza comparativă</li> </ul>	2 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. Stănciulescu, Gabriela (2003), Managementul operațiunilor de turism, Ed. All Beck, București
7. Stănciulescu, Gabriela (2005), Managementul agenției de turism, Ed. ASE, București
8. Stănciulescu, Gabriela (2006), Animația și animatorul în turism, Ed. Uranus, București
9. Stănciulescu, 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
12. Vellas, F., Becherel, L. (1995), International Tourism, Ed. Macmillan, Londra

### 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"> <li>• verificarea gradului de sistematizare și utilizare a noțiunilor însușite</li> <li>• coerența logică și forța argumentativă</li> <li>• gradul de asimilare a terminologiei de</li> </ul>	Evaluare secvențială (orală) în timpul semestrului: <ul style="list-style-type: none"> <li>- expunerea liberă</li> <li>- conversația de evaluare</li> <li>- chestionarea orală</li> </ul>	10%
		Evaluare scrisă (finală) în sesiunea de examene: <ul style="list-style-type: none"> <li>- testare sumativă</li> </ul>	50%

	specialitate • aspectele atitudinale: interesul pentru studiu individual	Participarea activă la cursuri	5%
10.5 Seminar/ Laborator	• capacitatea de aplicare în practică • capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate • criterii ce vizează aspectele atitudinale: conștiințiozitatea, interesul pentru studiu individual	Prezentare temă de seminar, elaborare și realizare protofoliu seminar	15%
		Evaluare scrisă finală (în sesiunea de examene): – rezolvarea itemilor din test	15%
		Participarea activă la seminarii	5%
<b>10.6 Standard minim de performanță</b> • Cunoașterea aspectelor teoretice și metodologice de bază ale Activității agențiilor 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.			

Data completării

14.09.2019

Semnătura titularului de curs

Șef lucr. dr. Cristina Bolog



Semnătura titularului de seminar

Șef lucr. dr. Cristina Bolog



Data avizării în departament

20.09.2019

Semnătura directorului de departament

