

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	Masterat
1.6 Programul de studii/Calificarea	Amenajare și Dezvoltare Turistică

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei		<i>AGENȚIA DE TURISM – INTERFAȚĂ ÎNTRE CEREREA ȘI OFERTA TURISTICĂ</i>			
2.2 Titularul activităților de curs		Conf. univ. dr. Ilieș Marin			
2.3 Titularul activităților de seminar		Conf. univ. dr. Ilieș Marin			
2.4 Anul de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tipul de evaluare	C
				2.7 Regimul disciplinei	DOpt

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
Pregătire pentru examen					30
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe internet și pe teren					25
Pregătire eseuri și prezentări prin muncă în echipă					15
Tutoriat					9
Examinări					4
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	•
4.2 de competențe	<ul style="list-style-type: none"> • Abilitatea de a comunica și de a asimila informația de specialitate • Abilitatea de a utiliza termeni adecvați domeniului turismului

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: office, internet; hartă murală
5.2 de desfășurare a seminarului/laboratorului	<ul style="list-style-type: none"> • Sală dotată cu laptop, videoproiector, softuri de specialitate, camere foto și video digitale, suport de curs, fișe de lucru, prezentări PowerPoint etc.

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"> • Dobândirea de către cursanți a cunoștințelor și abilităților necesare conceperii și gestionării unei agenții de turism performante • Stimularea manifestării spiritului inovativ, în strânsă legătură cu tendințele înregistrate pe plan internațional
7.2 Obiectele specifice	<p>Obiectivele practice-aplicative vizează formarea unor deprinderi practice privind analiza, interpretarea și reprezentarea grafică a datelor statistice cu implicații teritoriale, realizarea unor referate individuale urmărind sintetizarea cunoștințelor teoretice dobândite la curs și aplicarea concretă a acestora la studii de caz din realitatea prezentă. Transferul cunoștințelor în cadrul orelor de seminar se bazează în mare parte pe prezentarea frontală a cadrului didactic și al studenților îmbinate cu o gamă variată de mijloace multimedia. Accentul se pune pe evidențierea unor aspecte de detaliu privind oferta posibilitatea informării și perfecționării cursantului în ceea ce privește o agenție de turism performantă sub diferite aspecte: concept, organizare sistemică, instrumente operaționale, metode, tehnici, circuitul informației, conceperea produselor, gestionarea resurselor umane și informaționale, elaborarea strategiei etc. Abordarea corectă a agenției de turism, ca organism funcțional, generator de dezvoltare și performanță, este condiția de bază în crearea și valorificarea brandurilor de destinație turistică..</p>

8. Conținuturi

8.1 Curs	Metode de predare	Observații
Tipologia agențiilor de turism în funcție de localizare, licențiere și specializare		2
Organizarea sistemică a agenției de turism	Comunicarea interactivă; simularea proceselor, fenomenelor și operațiunilor de turism; expunerea schemelor sub	2
Instrumente operaționale, echipamente și soft-uri		2
Caracteristicile resurselor umane dintr-o agenție de turism		2
Produsele și serviciile turistice specifice agențiilor de turism		2
Gestionarea eficientă a resurselor (umane, informaționale, materiale, financiare, de timp		2

Comunicarea cu turistul și partenerii de afaceri	formă animată,	2
Conceperea, elaborarea și utilizarea metodologiilor de lucru în agenția de turism	demonstrația, conectarea la	2
Studiul pieței turistice	sistemele comunicaționale	2
Prospectarea potențialelor elemente generatoare de motivație turistică	reale, munca în echipe	2
Valorificarea brandurilor de destinație turistică	concepute și conduse după	2
Crearea și valorificarea produselor turistice performante	reguli prestabilite,	2
Implicarea agenției în derularea actului turistic	prelegerea etc	2
Elaborarea strategiilor într-o agenție de turism		2
8.2 Seminar/laborator	Metode de predare	Observații
Elaborarea unui concept de agenție de turism funcțională și identificarea serviciilor turistice pretabile acesteia în funcție de localizarea în teritoriu	Comunicarea interactivă; simularea proceselor, fenomenelor și	2
Construirea unui sistem performant de gestionare a resurselor	operațiunilor de turism; expunerea schemelor sub	2
Realizarea unei scheme de comunicare cu turiștii și partenerii de afaceri	formă animată, demonstrația, conectarea la	2
Metode de prospectare și identificare a “nișelor” pe piața turistică	sistemele comunicaționale reale, munca în echipe	2
Conceperea și valorificarea unui produs turistic performant	concepute și conduse după	2
Conceperea unui model de supraveghere și gestionare a produsului turistic pe durata actului turistic	reguli prestabilite, prelegerea etc	2
Elaborare unei strategii pentru o agenție de turism		2
Tematica proiectului <i>Conceperea unei agenții de turism performante prin valorificarea succesivă a rezultatelor din cadrul lucrărilor practice</i> Proiectul va dispune de o structură asemănătoare tematicii lucrărilor practice, vizând obținerea unei entități comerciale viabile.		

Fiecare temă urmează a fi abordată și dezvoltată de către cursant în timpul lucrărilor practice și în afara acestora sub forma unor proiecte cu structură prestabilă.

Comunicarea dintre profesor și cursant, în scopul lămuririi unor aspecte apărute pe parcursul realizării proiectelor aferente lucrărilor practice, este posibilă și on-line

9. Bibliografie

- Dăneț A., (2001), *Managementul proiectelor*, Ed. Disz Tipo, Brașov;
- Ilieș Marin (2009), *Between the tourism “industry” and personalised tourism. Comparative analysis*, in *GeoJournal of Tourism and Geosites, Year II, 2009/no.2, vol.4, p. 217-229*;
- Ilieș M. (2007), *Amenajare turistică*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca;
- Morgenstern Julie, (2005), *Tehnica organizării lucrurilor*, Editura Amaltea, București;
- Pease Allan (2002), *Limbajul trupului*, Ed. Polimark, București;
- Petrescu Dacina Crina (2002), *Creativitate și investigare în publicitate*, Ed. Carpatica, Cluj-Napoca;
- Pietkiewicz E. (1999), *Eticheta managerului*, Ed. ALL Educational, București;
- Ries Al., Ries Laura (2003), *Cele 22 de legi imuabile ale brandingului*, Colectia Curier Marketing, Bucuresti;
- Rotar Gabriela, Câmpeanu-Sonea Eugenia, Ilieș Marin, Ilieș Gabriela, (2006), *Comunicare în turism*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca

Rozakis Laurie (2005), *Cum vorbim în public*, Ed. Curtea Veche, București;
 Schafer-Mehdi Stephan (2008), *Organizarea evenimentelor*, Ed. ALL, București;
 Scott Bill (1996), *Arta negocierilor*, Ed. Tehnică, București;
 Simmonds David (2008), *Proiectarea și livrarea programelor de training*, Ed. Codex, București;
 Stănciulescu Gabriela (2001), *Tehnica operațiunilor de turism*, Ed. Economică, București;
 Stănciulescu Gabriela (2002), *Managementul agenției de turism*, Ed. ASE, București;
 Stefan Klein (2008), *Formula fericirii. Minunatele descoperiri ale neuropsihologiei de azi* Ed. Humanitas, București;
 Ureche Cornelia (2006), *Agenția de turism. Tehnici de rezervare*, Ed. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca;
 Verboncu I. (1999), *Ghid metodologic pentru manageri*, Ed. Tehnică, București.

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

- Disciplina predată cuprinde elemente de conținut originale și este axată pe activitățile specifice a activității agenției de turism
- Conținutul acestui curs corespunde cerințelor profesionale privind funcționarea eficientă a agenției de turism moderne

11. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere din nota finală
11.1 Curs	- corelație și argumentație - asimilarea terminologiei de specialitate - aspectele atitudinale: interesul pentru disciplină	Evaluare finală în sesiunea de examene: - lucrare scrisă	40%
		Implicare activă la cursuri	5%
11.2 Seminar/ Lucrări practice	- capacitatea de a opera cu cunoștințele asimilate - aspectele atitudinale: conștiințiozitatea, interesul pentru studiu individual - originalitatea	Elaborare teme și analiza acestora	20%
		Proiect	20%
		Participarea activă la orele de lucrări practice	5%
		Oficiu	1010%
11.3 Standard minim de performanță Criteriile de verificare, prin diversitate și complexitate implică studentul în activități multiple, derulate pe parcursul semestrului, astfel încât, sumumul de activități cuantificate oferă o imagine și evaluare obiectivă a nivelului atins.			

Data completării

Semnătura titularului de curs

Semnătura titularului de seminar

25.04.2020

Conf. univ. dr. Ilieș Marin

Conf. univ. dr. Ilieș Marin

Data avizării în departament

Semnătura directorului de departament